

"Políticas de comunicación y sustentabilidad del tercer sector de la comunicación: el caso catalán en el contexto español y europeo"

Luciana Fleischman¹, Núria Reguero² & Chiara Sáez³

Resumen

La tradición de asociacionismo y movilización social en Cataluña tiene su correlato en el desarrollo de espacios propios de comunicación por parte de la sociedad civil organizada. Así también, en el contexto de la transición a la digitalización en el estado español, Catalunya ha sido el único estado autonómico que ha desarrollado una ley audiovisual que prevé la reserva de una fracción del espacio público de comunicación para los medios sin fines de lucro –el equivalente al tercer sector de la comunicación. Sin embargo, la ausencia de un reglamento ad hoc ha impedido a estas experiencias el acceso a las licencias de radio y televisión autonómicas, ya distribuidas. Como respuesta, los medios de comunicación del tercer sector están iniciando un proceso de articulación a nivel autonómico con el objetivo de exigir las licencias reconocidas en la ley y su participación en el desarrollo del reglamento que la Administración ha de elaborar. Todo esto ocurre mientras a nivel europeo el tercer sector de la comunicación está tomando fuerza gracias a la labor de las asociaciones, lo que ha resultado en el pronunciamiento del Parlamento, instando a su protección y promoción, y de la Comisión, reconociendo su contribución al pluralismo -hasta ahora atribuida únicamente a los sectores público y privado.

La presente investigación repasa las políticas de comunicación en materia del tercer sector de la comunicación desarrolladas en Catalunya y la organización del mismo sector para incidir en dichas políticas. Concretamente, se analizan las acciones llevadas a cabo por la Assembla de la Comunicació Social (ACS), desde 2003 (año en que empieza su actividad) hasta la actualidad, aglutinando iniciativas en pos del reconocimiento legal del tercer sector en tanto que diferente al público-estatal y al privado-comercial. También se estudia la interrelación de la ACS con la Administración y la ciudadanía a nivel estatal y europeo, especialmente con la Red de Medios Comunitarios (ReMC, España), el Foro Europeo de Medios Comunitarios (CMFE, Europa) y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC - Europa), evaluando la coordinación entre redes para contribuir a la sustentabilidad del sector a partir de la provisión de herramientas de apoyo, asesoramiento, intercambio de información y acción conjunta, especialmente en las reivindicaciones sobre libertad de acceso y de expresión, así como sobre el otorgamiento de licencias.

Este análisis es desarrollado desde la perspectiva de la investigación – acción, pues nos parece el enfoque más apropiado para legitimar la integración de la investigación sobre experiencias de comunicación desarrolladas desde la sociedad civil dentro de un compromiso más amplio con el activismo a favor de este tipo de medios.

Palabras clave: Tercer Sector de la Comunicación. Medios Comunitarios. Políticas de Comunicación.

¹ Periodista, Doctoranda en Comunicación y Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona. Con el apoyo de AlBan, Programa de Becas de Alto Nivel de la Unión Europea para América Latina, beca no E06D101070AR.

² Periodista, Doctoranda en Comunicación y Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona.

³ Socióloga. Dra. en Comunicación y Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona.

1. Introducción

Cataluña tiene una larga tradición de formas de comunicación alternativa que ya se observan a fines de la dictadura franquista. Aunque la explosión de formas de expresión en soportes masivos fue un fenómeno que implicó a todo el estado español, Cataluña ha destacado desde el principio, tanto por la cantidad de experiencias como por sus rasgos innovadores. Diversos autores se han referido a ellas en sus distintos soportes: prensa (López, 1983; Marystany y Musons, 2002), radio (Prado, 1980), cine y video (Gubern, 1979; Herrero, 2008), televisión (Moragas, 1988). *Ona Lliure*, *Video Nou* o *TV Cardedeu* son experiencias reconocibles de esta época, pero que no agotan en absoluto el panorama del período.

Para explicar su existencia -y también su tolerancia en el caso de aquellas que estaban reñidas con la legalidad- entre fines de los 70s y principios de los 80s, es preciso recurrir a un razonamiento al mismo tiempo político y cultural. Como señala Moragas (1988: 92), “después del franquismo y con la recuperación de las libertades democráticas se manifiesta una voluntad, podríamos decir incluso un placer, para el ejercicio de la libertad de expresión y comunicación”. Y al menos en el caso específico de las experiencias de televisión de raigambre comunitaria, la dimensión de la normalización lingüística del catalán tras la dictadura también fue un componente clave de autodefinición (op. Cit.: 88).

A esta explosión originaria sucede desde mediados de los 80s un proceso de desaparición-reformulación-institucionalización de las experiencias existentes y que alcanza su madurez durante los 90s. Así, las asociaciones de vecinos van cediendo la prensa de barrio “a otros promotores, desde las empresas con voluntad de ganar dinero, asociaciones de comerciantes que reivindicarán el sentimiento de pertenencia a un barrio” (Marystany y Musons, 2002: 9). Las radios libres “van a hacer posible un debate social amplio sobre la libertad de expresión y van a hacer evidente la necesidad de articular los proyectos políticos y los proyectos comunicativos”, pero también van a demostrar “que la espontaneidad y el voluntarismo emisor eran insuficientes para la consolidación de estas experiencias” (Moragas, 1988: 72 – 73). En el caso del movimiento de cine y video que venía desarrollándose, Herrero (2008: 5) sostiene que este comenzó a decaer a partir de 1983 por distintos factores, entre ellos: “el desencanto, la crisis económica y asociativa y sobre todo el interés de las instituciones (copadas entonces por los socialistas) por absorber las iniciativas sociales despojándolas de su autonomía”. Por último, el modelo de experiencias televisivas locales que surgen auto definiéndose como asociativas, participativas y no lucrativas -aunque en algunos casos esta autodefinición era más bien táctica que real (Guimerà, 2007: 37 – 38)-, comienza a vivir a partir de 1987 un proceso de profesionalización y de bifurcación que acaba amparándose en la

estructura municipal o en la lógica comercial. Pero cualquiera de los dos caminos va a significar el final de la participación directa de la ciudadanía como base de su sustentabilidad social.

En términos de políticas de comunicación, por su parte, la década de los 80s significó el inicio de la transformación del modelo público europeo y su apertura a los medios privados, la cual también afectó a España. En este caso, la legislación estatal desarrollada respecto de medios como radio y televisión (como el Plan Técnico Transitorio del Servicio Público de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada de 1979 y la ley de la Televisión Local por Ondas Terrestres de 1995) tampoco contribuyó a sustentar las experiencias que habían surgido a principios de la transición y más bien acentuó la privatización y comercialización del espectro.

A nivel internacional, los hitos sociales, tecnológicos y comunicativos del cambio de siglo como el alzamiento indígena en Chiapas (1994) y la emergencia del movimiento antiglobalización en Seattle (1999) también van a repercutir a nivel catalán, de manera que surgen movilizaciones de la sociedad civil (promovidas desde el Moviment de Resistència Global y la Xarxa Ciutadana per l'Abolició del Deute Extern) que no obstante tienen su origen en otras demandas, acabarán volviendo al tema del derecho a la comunicación y la participación de las comunidades en la construcción de sus propios medios (Gallo, 2005: 89)

Finalmente, nuestra elección del caso catalán también tiene que ver con una opción activista, ya que las tres autoras de este artículo colaboramos activamente en La Tele de la Assemblea per la Comunicació Social (ACS)⁴, en la Xarxa de Mitjans Comunitaris⁵ y en el Foro Social Català de la Comunicació⁶, además de estar vinculadas a los debates y actividades de la Red de Medios Comunitarios (ReMC)⁷. Y en este sentido nos parece una opción legítima y necesaria sistematizar el conocimiento que pueda contribuir a fortalecer los proyectos de comunicación con los cuales colaboramos, sobre todo porque desde la integración cotidiana entre la investigación y la acción notamos en perspectiva histórica la asistencia a un proceso de transformaciones legislativas y de nuevo impulso del trabajo colectivo entre proyectos de comunicación alternativa a nivel catalán como español y europeo, que nos permiten pensar en la posibilidad de alcanzar algún umbral para

⁴ Televisión de los movimientos sociales de Barcelona, coordinada por la Asamblea de la Comunicación Social (ACS). Desde 2005 emite en señal analógica en el canal 54 UHF y desde 2008 también por internet en www.okupemlesones.org

⁵ Red de medios libres y comunitarios de Cataluña, promovida desde la ACS desde abril de 2009, con la intención de crear un espacio de coordinación para la defensa y fortalecimiento de los medios comunitarios, libres y alternativos de esta comunidad autónoma.

⁶ Se trata de un desdoblamiento del Foro Social Catalán (vinculado a su vez con el Foro Social Mundial). Propone abrir un espacio de debate social amplio que incluya a medios de comunicación públicos, privados y alternativos, autoridades, expertas/os, periodistas, profesionales de la educomunicación, movimientos sociales, entre otros. URL: <http://fscomu.blogspot.com/>

⁷ Se trata de una red que aglutina medios y asociaciones de medios alternativos, comunitarios y libres que se desarrollan en el Estado Español. Participan radios, televisiones, medios impresos y digitales. Fue creada en 2005 y en 2009 se constituyó legalmente. URL: www.medioscomunitarios.net

revertir la situación de precariedad e invisibilidad en el cual se encuentran los medios de comunicación catalanes que no son gubernamentales ni comerciales, sino que surgen desde las bases sociales.

2. Sustentabilidad del Tercer Sector de la Comunicación

Como sucede con las definiciones de Tercer Sector o Sociedad Civil, aquello que entendemos por Medios del Tercer Sector o Tercer Sector de la Comunicación (TSC) varía en función de las disciplinas y enfoques de los que parten los autores. Si bien no es aquí nuestro propósito teorizar sobre el concepto, es obvio que tanto el activismo como la misma regulación requieren de un consenso mínimo para avanzar. En este artículo partimos de la noción de Tercer Sector en su sentido genérico original, referido a “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).

No obstante, marcamos un distanciamiento del sentido subsidiario-asistencialista presente en el origen del concepto genérico para recoger el debate que se ha planteado, de manera importante por autoras catalanas, sobre el tema específico del tercer sector aplicado al ámbito de la comunicación. En este debate se concibe al sector como un espacio social de comunicación independiente de los poderes públicos y privados, heredero de las reivindicaciones que antaño efectuaron los medios denominados libres y que concibe como característica sustancial básica de estos medios su rol como crisol donde se expresa la sociedad civil organizada (Clua, 2006; Clua et al, 2006; Mayugo, 2004; Mayugo, 2006).

Aunque establecemos esta definición como punto de partida, consideramos que es importante tener en cuenta dos factores que intervienen en el carácter dinámico e inacabado del debate conceptual sobre el TSC. El primero se refiere al hecho de que la vocación y el rol social de estas iniciativas difieren según el contexto y causas de surgimiento. El otro se refiere al dinamismo que caracteriza tanto a la misma sociedad, pasando por los movimientos sociales y en particular estas iniciativas, motivo por el cual van apareciendo hibridaciones entre las esferas gubernamental, mercantil y de la sociedad civil, que a veces dificultan la delimitación tipológica.

En lo que se refiere el ámbito catalán, los conceptos que más se utilizan para la referencia y autodefinición de los medios del tercer sector son los conceptos de “alternativos”, “libres” y “comunitarios”. A nivel estatal, nos parece que la definición alcanzada en los estatutos de la recientemente constituida Red de Medios Comunitarios del territorio español (ReMC, 2009a)

resume adecuadamente sus principales componentes, sobre todo porque ha sido el resultado de un proceso de debate general de la asamblea sobre los estatutos de la asociación. La organización sostiene que para ello se ha basado básicamente en dos documentos: “Principios para un Marco Regulatorio Democrático sobre Radio y TV Comunitaria” (AMARC, 2009) y la Resolución del Parlamento Europeo, de 25 de septiembre de 2008, sobre los medios del tercer sector de la comunicación (Parlamento Europeo, 2008). De acuerdo a la ReMC, entonces, los medios del tercer sector de la comunicación son:

- a) Actores privados que tienen una finalidad social.
- b) Gestionados por organizaciones sociales de diverso tipo.
- c) 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.
- d) 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.
- e) Que no tienen fines de lucro.
- f) 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 es propia de este debate conceptual a nivel europeo. De hecho, el término Medios Comunitarios es el que se ha ido afianzando entre las organizaciones y las instituciones de la Unión Europea y Europa en general (Peissl, H.; Tremetzberger, O., 2008:3), sobre todo en el seno del Consejo de Europa (CoE), usándose en numerosas ocasiones como sinónimo de Medios del Tercer Sector. No obstante, la equivalencia de ambos términos es una cuestión aún sin resolver (básicamente existen dos debates, uno generado por posicionamientos reacios al uso del concepto de Tercer Sector por su connotación economicista y asistencialista, y otros posicionamientos que defienden las especificidades de los denominados Medios Comunitarios en relación al Tercer Sector de la Comunicación⁸).

⁸ Si bien el concepto de Tercer Sector de la Comunicación engloba iniciativas muy dispares en cuanto a la propiedad, la gestión, la misión y el grado de acceso y participación, no podemos obviar la corriente teórica y de activismo según la cual los Medios Comunitarios se diferencian de otras experiencias dentro de este grupo por ser propiedad y ser gestionados directamente por parte de la sociedad civil (además de no tener afán de lucro). Las autoras de este artículo hemos presenciado como esta cuestión es uno de los debates presentes tanto en las asociaciones catalana y española, ACS y ReMC, como en la europea, CMFE. Esto se debe, en parte, a que también se identifican con el Tercer Sector pequeñas empresas con vocación social (por ejemplo, determinados medios dirigidos a comunidades

Ante este contexto, el debate de la ReMC ha culminado en una redefinición de lo que entiende por Medios del Tercer Sector de la Comunicación, poniendo el acento en dos aspectos sustantivos -el compromiso con las comunidades de referencia y los distintos niveles de participación de estas que se han de promover dentro del medio- que por sí mismos constituyen un rompeaguas respecto de lo que es y no es un tercer sector de la comunicación diferenciado tanto de la lógica de los medios gubernamentales como de los medios comerciales.

Pero a pesar del carácter inacabado y dinámico del debate conceptual, en este artículo optamos por el uso del concepto de tercer sector de la comunicación, tal como se plantea en los estatutos de la ReMC, al parecernos mucho más útil desde el punto de vista del activismo. Concretamente, creemos que es el concepto más aglutinador y que constituye una contribución estratégica a la sustentabilidad de las experiencias existentes como parte de un todo (Sáez, 2008; Fleischman y Sáez, 2009), tratando evitar exclusiones internas que dificultarían el avance en materia de los derechos de la comunicación.

Por otro lado, cuando nos referimos a la noción de sustentabilidad de los medios del tercer sector, nos referimos a la distinción de Gumucio – Dragón (2003; 2008) entre tres dimensiones vinculadas entre sí: económica, social e institucional. Comprender la sustentabilidad como una articulación entre estas tres dimensiones permite entender mejor el modo en que las experiencias no son independientes del contexto en el que operan, así como da luces sobre el modo en que el seguimiento de ciertas estrategias contribuye a su fortalecimiento en el tiempo.

La sustentabilidad **social** está relacionada con el grado de apropiación estos proyectos por parte de la comunidad en la cual está inserta y/o la audiencia a la cual está dirigida, pues “a partir de un instante en que un medio de comunicación alternativo se crea, su estabilidad y persistencia dependen de cuántos sectores nuevos se vayan incorporando a la experiencia” (Reyes Matta, 1982: 261). Tiene lugar a través de la participación de los destinatarios en la gestión del medio; por lo tanto, está vinculada con la participación de los actores sociales, con la apropiación del proceso comunicacional (Gumucio – Dragón, 2003) y el empoderamiento de la comunidad (Atton, 2002). Supone incrementar la percepción de satisfacción de las comunidades en términos de clase, etnia, religión, intereses y el seguimiento de estrategias tales como el trabajo voluntario de la comunidad (sin desmedro de su combinación con un trabajo profesional, necesariamente) (Rodríguez, 2001). Su eje es la definición del proyecto político comunicacional de la experiencia (Gumucio – Dragón, 2003). La sustentabilidad social se expresa en la relación como en la coherencia entre la acción social y el discurso que transmite la experiencia como medio de comunicación, así como en el

migrantes) o los mismos Open Channel alemanes, que si bien garantizan la participación de la ciudadanía en la producción de contenidos, no dejan de ser propiedad de la Administración Pública.

modo en que eso se expresa en su relación con la sociedad civil organizada y con los sectores populares; con el modo en que resuelve la tensión entre profesionales y expertos. Tiene que ver con los procedimientos y relaciones humanas y laborales en el interior de la experiencia: la coordinación entre los distintos niveles de operación, la regulación de cuotas de programas, prácticas concesionarias, publicidad y sindicalización; el monitoreo y premiación de prácticas innovadoras (Rodríguez, 2001). Visto en términos colectivos, la sustentabilidad social también tiene que ver con el trabajo en redes entre experiencias del tercer sector de la comunicación [Fleischman y Sáez, op. Cit.].

La sustentabilidad **institucional** tiene que ver con el marco legal, las regulaciones y políticas de Estado existentes, es decir con el ambiente propicio para que una experiencia pueda desarrollarse sin censura y sin presiones externas (Gumucio – Dragón, 2003). Supone demandar a los gobiernos tanto regionales como locales que sean pasivos en el sentido de rendirse a la influencia de los medios ciudadanos al tiempo que activos -protegiéndolos por medio de la regulación-, procurando la búsqueda de fórmulas mixtas de propiedad (Rodríguez, 2001), así como la independencia editorial de partidos políticos u otras organizaciones (Atton, 2002).

La sustentabilidad **económica** remite a la independencia comercial – financiera y tiene que ver tanto con la búsqueda de estrategias éticas de financiamiento, la valoración económica de la colaboración, el voluntariado y las estrategias de distribución de las experiencias (Gumucio Gragón, 2008).

3. El período de análisis (2003 – 2009)

Si bien Catalunya tiene una importante tradición en medios del tercer sector, con experiencias en radios y televisiones desde los años 80, la articulación formal entre estos medios es mucho más reciente. A pesar de que existieron experiencias asociativas de diferentes televisiones de ámbito local, la articulación de los medios del tercer sector, propiamente, no comienza a materializarse hasta el año, 2003 cuando se crea la Asamblea de la Comunicación Social (ACS) en Barcelona (como veremos, a nivel autonómico el proceso de articulación se inicia en 2009).

Entre los antecedentes claves para entender este período, citamos la experiencia de la campaña “COM és Possible?” impulsada por la Xarxa Ciudadana per l’Abolició del Deute Extern (XCADE), en agosto del año 2000 y con el apoyo de 212 movimientos sociales y colectivos de Barcelona⁹. El propósito era reclamar conjuntamente un espacio en la parrilla de programación de la emisora municipal de la ciudad COMradio y así

⁹ Lista completa en <http://www.webpersonal.net/agl73786/>

reducir la discriminación informativa que padecen los movimientos sociales; ensayar nuevas formas de democracia participativa en nuestra ciudad, y trasladar a la sociedad la necesidad/posibilidad de dar un nuevo uso a los medios de comunicación, herramientas imprescindibles para el refuerzo de una verdadera democracia. (XCADE, 2000).

A lo largo de tres años se realizaron múltiples intentos y gestiones para contactar con las autoridades de la COMradio, solicitar la intervención del Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC), la búsqueda de apoyo de periodistas, políticos, el defensor público de Cataluña y la Oficina de no discriminación del ayuntamiento, sin recibir una respuesta favorable a sus demandas. Finalmente, la iniciativa concluyó sin éxito (Soyuz & Peña Roja, 2007: 17-59). El propio CAC desestimó los reclamos por considerar que “del derecho de acceso no se deriva el derecho a gestionar un espacio en un medio de comunicación público, si bien sería deseable que los medios de titularidad pública dieran voz a los grupos sociales significativos de este ámbito ateniéndose a criterios de interés informativo” (CAC, 2001 citado en Soyuz & Peña Roja, 2007: 41). Para la XCADE, esta noción de acceso es ambigua, excluyente y contradictoria. Por lo tanto, se planteó una reformulación de los objetivos: en vez de buscar espacios *dentro* de estos medios, era el momento de fomentar otro tipo de medios.

En definitiva, si estaba más que demostrada la imposibilidad de acceder de manera directa y real a los medios [de comunicación] existentes, no quedaba otra solución que crear nuevos, inspirados en las nuevas tendencias culturales y políticas. Y si el marco legal, en su propia definición, blindaba y perpetuaba las inercias de control y de dominio en el mundo de los medios audiovisuales, radiofónicos y de la gran prensa escrita, entonces se imponía el cambio del marco legal (Soyuz & Peña Roja, 2007: 99).

Considerando este antecedente contextual como punto de partida, distinguimos tres momentos entre los años 2003 y 2009 en la situación del tercer sector en Cataluña..

i. La fase de re – composición del tercer sector (2003 - 2005)

Al principio del período que proponemos analizar, podemos identificar una fase que llamaremos de re-composición, que se caracteriza por una mirada crítica hacia la historia de los proyectos de televisión local comunitaria surgidos al principio de la transición. En este diagnóstico, la creación de la Asamblea de la Comunicació Social (ACS) juega un rol clave como espacio de acción y reflexión, marcado de manera directa por el fracaso de la experiencia de la XCADE *Com es possible?*, pues muchas personas provenientes de esta campaña se suman a la nueva iniciativa. Este desgaste provocado dentro de los movimientos sociales es consecuencia de la dificultad de lograr que, primero, los medios convencionales transmitieran su opinión y, segundo, que lo hicieran de manera fidedigna durante la seguidilla de grandes manifestaciones que se llevaron a cabo a principios de los 2000 en la ciudad.

La idea surgió tras las movilizaciones que hubo a partir del 2000, de la campaña de deuda externa, después contra el banco mundial en Barcelona... cuando hubo la Cumbre Europea también. La gente que trabajó en comunicación en estas campañas vio la necesidad de no estar defendiendo la información que se daba a otros medios, sino tener unos medios propios de los movimientos sociales. Además, también hay mucha gente que estuvo en el inicio de los medios locales: televisiones, una radio (Guillamón, 2006)

Con el propósito trasladar al ámbito comunicativo-mediático la experiencia de las numerosas campañas de movimientos sociales realizadas en Catalunya en los años anteriores (Gallo, op.cit.), la actividad de la ACS empieza en 2003 con un proyecto de debate y acción en el campo de la comunicación al que se adhieren 140 colectivos de Barcelona¹⁰. El proyecto tiene dos vertientes complementarias: la crítica al funcionamiento del sistema de medios, y el ejercicio del derecho de acceso a los medios de comunicación a través de la participación directa en ellos. Así nace la Campaña Okupem les Ones, que consiste en la creación de un canal de televisión y una radio gestionada por entidades, colectivos y personas implicadas en la transformación y la crítica social. En 2005 comienzan las emisiones de La Tele de la ACS a través del canal 54 UHF, y desde 2008 las transmisiones por internet¹¹. El proyecto de radio no llega a concretarse por falta de recursos.

Por otro lado, el grupo de trabajo sobre el Tercer Sector Audiovisual pone en debate la transformación del modelo de comunicación dominante, el cuestionamiento del marco legal vigente, y reivindica el reconocimiento de los medios sin ánimo de lucro:

El sistema de radiotelevisión actual sólo deja espacio para los medios públicos, controlados por los partidos políticos, o medios privados comerciales, controlados por unos pocos grupos empresariales. Queremos poner en cuestión este modelo e intervenir en la definición de un nuevo marco que deje espacio a las nuevas formas de comunicación colectivas, comunitarias, donde la ciudadanía no sea sólo audiencias o consumidora pasiva, sino que pueda intervenir en la propiedad, la gestión y la creación de medios propios (ACS, s/f).

Aunque la ACS reconoce como herencia todo el movimiento de comunicación alternativa surgido en Cataluña a fines de los 70s y principios de los 80s, también se plantea contra estos¹² al criticar a las radios libres y de barrio, por convertirse en negocios o parcelas de unos cuantos¹³, así como a las

¹⁰ Lista completa en <http://okupemlesones.org/joomla/col-lectius/llistat-de-col-lectius.html>

¹¹ URL de La Tele por Internet: www.okupemlesones.org

¹² Se fueron multiplicando por todo el territorio (por los barrios de Barcelona y buena parte de las poblaciones medianas) televisiones locales muy dinámicas y de cariz experimental. Ahora bien, las entidades que las promovieron no tuvieron nunca demasiada clara su vocación de ciudadanas, y durante los años 90 ya se apuntó una fuerte tendencia a la municipalización y la institucionalización de las estructuras de gestión, organización y producción [...] Si bien a finales de los años 70 emergieron un buen número de radios libres y después otras de corte vecinal y comunitario, este sector también cayó demasiado pronto en el establecimiento de guetos comunicativos y procesos de desnaturalización. [Original en catalán]: C. Mayugo, 2004.

¹³ A nivel de radios la no accesibilidad por parte de los movimientos sociales a la emisora municipal ha quedado demostrada por la Campaña *COM és possible?*, pero la situación de las emisoras alegales de distrito o libres no es demasiado mejor. Existen emisoras como Radio Gràcia que, después de que el distrito (que legalmente no tiene ningún derecho) la “cediera” a una empresa que la convirtió en radiofórmula y esta hiciera suspensión de pagos en menos de un año, forma ahora parte de la red de COM Ràdio; Radio Bonanova, propiedad de un grupo evangélico;

televisiones locales y de barrio, por seguir un curso similar¹⁴. Mayugo, por ejemplo, a partir de su experiencia en la absorción de la televisión del barrio de Clot por el canal del ayuntamiento de Barcelona apuntará como factor explicativo de este declive a la propia falta de confianza de estos proyectos en su especificidad como espacio de comunicación:

También es cierto que buena parte de aquellas televisiones nunca se acabó de convencer de la condición de ciudadanas y comunitarias, y buscó vías para que se les confiara el despliegue del servicio audiovisual público de cobertura local (2007: 189).

De aquí que la demanda de la ACS se haya caracterizado desde su origen por la reivindicación de un espacio de comunicación no institucional y no delimitado geográficamente al ámbito local.

Durante el 2004, la ACS se dedicó al seguimiento de la ley de Comunicación Audiovisual de Cataluña (Ley de 22/2005 de l'Audiovisual de Catalunya) tratando de participar en la discusión, pero el balance de la experiencia fue desilusionante en varios sentidos: para enero del 2005, argumentó por escrito la postura de la asamblea no sólo ante el proyecto de ley, ajuntando una serie de enmiendas, además de reunirse con representantes de todos los partidos políticos presentes en la Ponencia del Audiovisual¹⁵, todo sin ningún resultado sustancial. Por otro lado, la ACS también presentó un texto de posicionamiento ante la ley estatal (2005a), también sin efecto.

Tabla 1. Síntesis de las propuestas de la ACS y tratamiento en la ley audiovisual de Cataluña

Propuestas de la ACS	Ley aprobada
Mantener la definición de servicio público para todas las actividades de radiodifusión.	Son de servicio público sólo las radios y televisiones gestionadas por la administración (CCRTV, radios y televisiones municipales)
Introducir mecanismos de información y participación en la elaboración de los planes técnico que planifican el uso del espacio radioeléctrico.	Los planes técnicos los elabora el gobierno, con un informe previo del CAC, sin ningún proceso de participación social.
Incluir el derecho de acceso a la emisión como parte del derecho de acceso a la comunicación.	Sólo se contempla el derecho de acceso a la información.
Dividir el espacio radioeléctrico en tercios para cada ámbito de cobertura (catalán, local): un tercio para los medios públicos, un tercio para los medios privados y un tercio para los medios comunitarios.	No se establece ningún criterio de reparto de espacio entre los diferentes actores que reconoce la ley. Se contemplan los medios sin ánimo de lucro pero no se les garantiza ningún espacio mínimo.

Radio PICA que vende la mitad de “su” frecuencia (arrancada, después de años de luchas junto con dos más, del espectro de radio libre, asociativa y comunitaria) a una radio comercial convencional, etc. ACS 2003 s/p.

¹⁴ En Barcelona hay tres TV locales que emiten regularmente: dos con vocación de negocio –City TV y Flaix TV-, y una del ayuntamiento –BTV-, emitiendo por un canal de la Coordinadora Barcelona Comunicación –que reúne a las 10 TV de distrito. En cuanto a City TV, el canal por donde emite había sido de las TV de distrito pero las hicieron cambiar alegando que provocaban interferencias. Otros casos son la antigua TV de Sant Antoni, que también pertenecía a una asociación, y ha llegado a un acuerdo con Mediapro, Planeta y Antena Local; o Tele Taxi, que para verse en Barcelona usa la frecuencia de Santa Paloma de Gramanet, etc. Ibid.

¹⁵ Comisión de discusión de la ley.

Añadir como objetivo de la regulación del sistema audiovisual el impulso a iniciativas de comunicación social sin ánimo de lucro que refuerzen el tejido asociativo y el desarrollo comunitario.	Se incluye un apartado de medidas de fomento (art. 71).
Garantizar la sostenibilidad económica del tercer sector a través de la creación de un Fondo de Garantía Financiera, financiado por una tasa del 2% sobre los ingresos comerciales de las radios y televisiones.	El texto señala que las ayudas públicas al tercer sector “podrán ser financiadas por medio de tasas sobre el beneficio de la explotación comercial del espectro radioeléctrico”, pero no otorga obligatoriedad a estas tasas.
Priorizar los medios que sean de gestión compartida por varios colectivos o entidades.	La ley incluye una definición de las actividades sin ánimo de lucro (art. 70.3) e incluye como parte de estas los servicios prestados por medio de universidades y con finalidades educativas y formativas (art. 70.3. y 71)
Permitir la publicidad de entidades sin afán de lucro y de empresas del tercer sector económico	Se permite el patrocinio y la publicidad de actividades de la economía social y del tercer sector (art. 70.6)
Concesión de frecuencias a través del CAC (que es quien dará todas las concesiones).	Las licencias de uso de las frecuencias para actividades sin afán de lucro las concederá el CAC pero dentro del proceso de adjudicación de licencias a operadores privados comerciales.
Impedir que el tercer sector se utilice para iniciativas proselitistas, racistas, sexistas, fascistas, o en general que sean contrarias a los derechos humanos.	No se establece una definición clara de lo que puede incluirse dentro del sector ni límites a lo que se puede hacer.
Introducir como requisitos de las concesiones a empresas privadas las obligaciones derivadas de códigos deontológicos y normativas que regulan el ejercicio del periodismo.	No se incluyen.

Fuente: elaboración propia a partir de las enmiendas presentadas por la ACS y la Ley de 22/2005, de 29 de diciembre de *L'Audiovisual de Catalunya*.

Estas enmiendas no fueron consideradas, a excepción de la inclusión de dos artículos 70 y 71, en donde se incluye una definición de las actividades sin ánimo de lucro como

Servicios de comunicación comunitaria que ofrecen contenidos destinados a dar respuesta a las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de las comunidades y los grupos sociales a los que ofrecen cobertura, basándose en criterios abiertos, claros y transparentes de acceso, tanto a la emisión como a la producción y la gestión, y asegurando el máximo de participación y el pluralismo (art.70.3)

De esta forma, Catalunya se convierte en la única comunidad autónoma que hasta el momento ha desarrollado una ley audiovisual que prevé la reserva de una fracción del espacio público de comunicación para los medios sin fines de lucro. El problema es que condiciona esta reserva a los planes técnicos (que, producto de su aprobación previa a la ley general audiovisual, tampoco reconocen a los medios sin fines de lucro) pero sobre todo a las condiciones con que las autoridades conciben los concursos (el factor “voluntad política”). Así, el modelo audiovisual catalán se sigue estructurando en dos únicos sectores: el público (institucional) y el privado. Para estos efectos, La Tele se considera un canal privado y la única posibilidad que se le ofrece es la de solicitar una

licencia como tal y someterse a unos criterios de concesión que enfatizan la necesidad de asegurar la solvencia económica de la propuesta. Esto supone que proyectos como el de la ACS o iniciativas históricas que mantenían el espíritu comunitario de las primeras televisiones locales (como TV Cardedeu) no tienen posibilidades reales de obtener frecuencias a través de concursos.

El accionar de la clase política catalana llevó a la ACS a criticar la falta de sensibilidad y voluntad de todo el espectro partidista por parte de todos los partidos políticos con representación parlamentaria, al no incluir en la ley un tercer sector que permitiera salir de la marginalidad a estas experiencias (ACS, 2005b), así como la falta de información pública y la ausencia de participación ciudadana en este tipo de procesos. También se tildó la mayor valorización de los comentarios y enmiendas provenientes de asociaciones y radios privadas antes que de aquellas provenientes de organizaciones representativas de la sociedad civil¹⁶.

A pesar de no implicar ningún cambio sustancial respecto de la situación previa, al no ir acompañada de los cambios estructurales respectivos ni garantizar la presencia de medios del tercer sector en el espacio audiovisual (García, 2006), en perspectiva, desde La Tele se evalúa la inclusión en la ley de los artículos 70 y 71 como un logro de mínimos, que ayuda de algún modo a oxigenar a las experiencias existentes en el ámbito catalán:

El logro de la Ley Catalana del Audiovisual es muy importante porque no sólo lo estamos utilizando nosotros, si no también televisiones locales que en este momento -si no se hubieran aprobado el artículo 70 y el 71, que costaron mucho y se hicieron por extorsión bajo mano, porque los pusimos contra la pared y dijimos “esto es la ley de mínimos o si no salimos a la calle”- estos artículos ahora los aprovechan las televisiones locales históricas y gente que tenía que haber dejado de emitir ya, y que no lo hacen, porque se amparan en ese artículo. Son aportaciones importantes del movimiento que se ha generado. Con esto de la ACS llegamos con un discurso con el que los políticos creían que tenían el camino ganado para venderlo todo, para repartirlo todo, que hubieran dado a 3 universidades de sus amigos y a 3 fundaciones (Mayugo, 2007).

En el Estado Español, por su parte, el principal cambio en las políticas de comunicación de esta fase se produce con el cambio de gobierno de 2004, cuando el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) anuncia una nueva ley estatal del audiovisual así como la creación de un consejo audiovisual español¹⁷. Cabe mencionar el contexto del que partían las televisiones analógicas del

¹⁶ Según fuentes de la ACS, os cargos públicos llegaron incluso a justificar su falta de compromiso político respecto a las iniciativas ciudadanas de base (es decir, iniciativas que no responden a ninguna lógica partidista ni corporativista) con argumentos del tipo: “para incidir políticamente tendríais que presentar vuestras enmiendas como lobby potente, como hacen las emisoras comerciales” o “es difícil nadar contra la corriente neoliberal que nos viene de Europa” (ACS, 2006).

¹⁷ Entre las consecuencias de los 8 años de gobierno del Partido Popular (PP) se encontraba un espectro de radio y televisión local caótico y saturado, así como un intento de digitalización de la radio y la televisión fracasado. Por contraste, el programa que presentó el PSOE para las elecciones de ese año contenía varias promesas electorales relacionadas con el ámbito de la comunicación. Entre ellas, la aprobación de una Ley General Audiovisual,

tercer sector, marcado por la ley 41/1995 de 22 de diciembre de la Televisión Local por Ondas Terrestres. Esta norma reconocía en su articulado a las televisiones locales de raigambre comunitaria y asociativa al señalar que "las entidades sin ánimo de lucro que concurran para la gestión indirecta del servicio serán valoradas positivamente en la forma que establezcan las Comunidades Autónomas" (BOE, 1995: 4), pero en la práctica ningún proyecto de televisión local consiguió nunca una licencia en soporte analógico debido a que el plan técnico necesario nunca se desarrolló. Durante estos 10 años en que el ámbito de la televisión local fue un completo "dejar – hacer", ésta había sufrido una importante transformación, al convertirse en foco de los intereses partidistas y empresariales, en un contexto de falta de regulación. Esta situación sólo vino a regularse en 2005, cuando se establecieron los planes técnicos para la televisión local, pero ya en el contexto digital.

En lo que respecta a la articulación de los medios del tercer sector, después de la inactividad y disgregación producida durante los 90s, así como después de algunos encuentros de radios libres y comunitarias los años 2003 y 2004, el hito de inflexión lo va a constituir la celebración de las Primeras Jornadas Internacionales de redes comunitarias, en octubre de 2005, que contó con una alta participación y presencia de radios y proyectos audiovisuales de gran parte de las comunidades autónomas. En dicho encuentro, un grupo de medios inicialmente compuesto por la ACS, Pluralia TV (Valencia), Tele K (Madrid), la Unión de radios libres de Madrid, y Cuac FM (Coruña) promueven la gestación de una plataforma común a distintas iniciativas de medios comunitarios en el ámbito estatal. De esta manera se puso en marcha la Red [estatal] de Medios Comunitarios y se propone la realización de su primer encuentro en febrero de 2006 (REMC, 2005). La creación de la REMC se da mientras el gobierno central preparaba el primer borrador de la Ley General Audiovisual y por lo tanto significaba un contexto legislativo clave y una oportunidad para coordinar esfuerzos e intervenir conjuntamente para defender al tercer sector audiovisual (Mayugo, 2005).

Coincidiendo con el cambio legislativo en España, también se produjo una apertura, sobre todo discursiva, en el ámbito europeo y, en gran parte, por la labor de los activistas del tercer sector. Con anterioridad a 2003 distintas conferencias estaban poniendo en evidencia el ahogo del sector a causa de la concentración mediática y las políticas de comunicación de índole economicista y desvinculadas de la toma de decisiones por parte de los ciudadanos (CMFE, web). En este contexto de falta de información y participación de los medios del tercer sector a nivel europeo, en 2003

aprobación de un plan de transición al soporte digital, la creación de un Consejo Audiovisual estatal, de un estatuto para los medios de titularidad pública (RTVE y EFE) y de un Estatuto del Periodista. Cada una de estas medidas ha tenido un avance y desarrollo dispar. De hecho, la Ley general audiovisual se discutirá en el Parlamento durante los próximos meses.

empieza a constituirse el Foro Europeo de Medios Comunitarios (Community Media Forum Europe, CMFE). Se trata de una plataforma común para las redes, las federaciones nacionales y los proyectos de medios del Tercer Sector creada específicamente para intervenir en las políticas europeas que empezó a funcionar el año 2004 a partir del congreso de Halle (Alemania). El Foro funciona como un canal que permite a las organizaciones participantes elevar sus preocupaciones a instancias europeas e internacionales y viceversa. En 2004 el CoE publica el estudio Transnational media concentrations in Europe (Consejo de Europa, 2004) recomendando a los estados miembro contribuir al desarrollo de los medios del tercer sector por su contribución en el fortalecimiento de la libertad de expresión y de acceso a la información (Consejo de Europa, en línea, 2004, p. 27).

Es importante mencionar como antecedente del CMFE a la rama europea de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), AMARC – Europa, ya que desde su puesta en funcionamiento en 1991 facilitó numerosos encuentros en el continente con el objetivo de articular los intereses del sector.

ii. La fase de re - conocimiento [2005 - 2008]

Una vez aprobada la Ley del Audiovisual en Catalunya, la Dirección General de Medios Audiovisuales (DGMA) de la Generalitat de Catalunya había anunciado que en el momento de hacerse efectiva la concesión de las nuevas licencias, todos los canales locales sin autorización serían cerrados, fueran privados comerciales (de concursos, eróticos, astrológicos), religiosos o comunitarios.

De acuerdo con esta directiva, en julio de 2007 La Tele recibió una primera carta de la DGMA donde se anunciaba la apertura de un proceso sancionador, del cual la DGMA se desdijo después en cierta manera durante una reunión privada, al reconocer que aunque La Tele no tuviese frecuencia, sí poseía el derecho a emitir (artículo 70 y 71 de la Ley de la de Comunicación Audiovisual de Cataluña), y prometiendo una salida satisfactoria a su situación. En vez de eso, a mediados de mayo de 2008 La Tele recibió nuevamente una carta de la DGMA donde se anunciaba el precintado efectivo por parte de los Mossos de Esquadra (policía autonómica) de las dependencias donde se encuentra la antena de transmisión, amenaza que no se ha hecho efectiva, tras un anuncio de oposición al cierre por parte de la ACS y la presentación de un recurso ante la Consejería de Cultura y Medios de Comunicación de la Generalitat, realizando manifestaciones contra el cierre. En su comunicado la ACS solicitaba que,

En vez de iniciar procesos sancionadores a las iniciativas de la sociedad civil que no provocan perjuicios ni tienen ningún ánimo de lucro, se impulse lo previsto en la Ley de la Comunicación Audiovisual en relación a los medios sin fines de lucro: que se garantice una reserva de espacio para estas televisiones, que se convoque el

correspondiente proceso para la adjudicación de las licencias y que se impulsen medidas de fomento al tercer sector audiovisual (ACS, 2008)

Posteriormente a esta acción, no ha habido nuevas amenazas de cierre del canal por parte de la DGMA sino que incluso han existido instancias de intercambio. Entre éstas destaca la asistencia de la Directora General de la misma DGMA, Gemma Domènech en el encuentro que la ACS organizó junto con docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Barcelona, a fines de noviembre de 2008. Se trata del primer debate entre medios del tercer sector, investigadores y autoridades en torno a la situación de estos medios¹⁸, representados por miembros de Ràdio Bronka, Ràdio Contrabanda, LaTele de la ACS y la Unión de Radios Libres y Comunitarias de Madrid. Ante las demandas de los activistas y el panorama descrito por los expertos, la Directora General de Medios de Comunicación y Servicios de Difusión Audiovisual se comprometió a abrir durante 2009 un debate público con los Medios del Tercer Sector y el Consejo Audiovisual de Cataluña, afirmando que batallarían para el reconocimiento legal y para la reserva de frecuencias de emisión específicas. Domènech recomendaba a los activistas que se dirijan también al Director General de Planificación y Gestión del Espectro radioeléctrico, en la capital del Estado, para obtener frecuencias, alegando la inconstitucionalidad de su reserva por parte de las Comunidades Autónomas (motivo por el cual la Ley catalana del audiovisual está paralizada por el Estado, aseveró). Domènech también insistió en la necesidad de una definición muy clara sobre qué se entiende por Medios del Tercer Sector para evitar el oportunismo de otros medios (Reguero: 2008). Sin embargo, hasta el momento estas promesas asumidas públicamente por parte de las autoridades autonómicas no se han cumplido.

Volviendo al ámbito estatal, el intento de regulación de la televisión local aprovechando la transición digital significó un retroceso en los derechos de los medios del tercer sector: los planes técnicos de radio y de televisión digital han sido abiertos a concurso por las comunidades autónomas sin que se haya aprobado previamente la Ley General Audiovisual (a la cual ya se había comprometido el gobierno de Zapatero en su primera legislatura y que reconoce en su articulado a los medios comunitarios no lucrativos) por lo que si se llega a aprobar, esto será después que las CC.AA. hayan concedido gran parte de las licencias disponibles, quedando sin mucha aplicación práctica. Como dato que viene a agravar la situación se puede mencionar el trabajo de García Leiva (2009), quien sostiene que en España no queda actualmente porción del espectro radioeléctrico por repartir, con las consecuencias reales que ello implica para las posibilidades de

¹⁸ La mesa redonda, que llevaba por título "Los Medios de Comunicación del Tercer Sector en Cataluña: experiencias y políticas", tuvo como propósito debatir sobre la presencia de los medios de comunicación sin fines de lucro en las regulaciones catalana y española así como sobre el lanzamiento de nuevas frecuencias de FM y el estado de la aplicación de la Televisión Digital Terrestre (TDT). La actividad se realizó en el Colegio de Periodistas de Catalunya, y formó parte de la programación del segundo congreso de la Asociación Europea de Investigación en Comunicación y Educación (ECREA) (Reguero, N.:2008)

acceder a obtener una licencia por parte de los proyectos de comunicación audiovisual no-lucrativos.

Esta situación de las televisiones del tercer sector, de alguna manera, se vino a subsanar con la aprobación de la Ley de 29 de diciembre de 2007 de Impulso a la Sociedad de la Información (LISI). El 20 de diciembre de 2007, la enmienda que presentaron partidos de izquierda (IU-ICV) a la LISI pidiendo el reconocimiento de este tipo de televisiones creadas con anterioridad a 1995 fue aprobada por el pleno del Congreso. Ésta era la última oportunidad para emisoras como Tele K en Madrid o TV Cardedeu, televisiones de alcance local que se declaran “comunitarias”, gestionadas por entidades sin ánimo de lucro y con un marcado carácter social. Con la publicación de la LISI, las televisiones comunitarias ‘históricas’, aquellas surgidas antes de 1995, no tuvieron que cesar sus emisiones el 1 de enero de 2008 (una de las tantas fechas que ha previsto el Gobierno para el “apagón analógico” de la televisión local). Sin embargo, para hacer efectivas las concesiones en soporte digital, estas experiencias deberán esperar a que se planifiquen frecuencias para este tipo de experiencias y se establezca un procedimiento de adjudicación (cuestión que la misma ley no considera una prioridad). A pesar de que esta ley es la primera de rango estatal española que reconoce específicamente a proyectos televisivos desarrollados por colectivos ciudadanos sin ánimo de lucro y con un marcado carácter social, en el ámbito local, sigue sin resolver la situación de experiencias posteriores a 1995 ni las que podrían venir en el futuro.

Si bien la LISI no especifica qué sucederá con la radio, en el caso de la ley catalana sí queda incluida en la definición de los servicios sin ánimo de lucro (punto 8 del artículo 70). Y aunque en ambas sanciones queda prohibida la inserción de publicidad en la programación de estos operadores, el texto catalán permite difundir anuncios del ámbito de la economía social y del tercer sector. No obstante, el desarrollo de estas disposiciones queda frenado hasta la aprobación, al amparo de lo que establece la LISI, del marco jurídico en que se planifique frecuencias para la prestación de estos servicios (Sanmartín; Reguero: 2009b).

Respecto de las asociaciones y medios del tercer sector que operan a nivel del estado, durante esta fase se produce un proceso de consolidación y visibilización de la REMC, que se expresa en la continuidad de sus encuentros en Madrid (2005), Salamanca (2006), Toledo (2006) y Bilbao (2007), como también en la construcción de un trabajo colectivo de reivindicaciones ante las autoridades tanto autonómicas como estatales en la defensa de los medios del tercer sector, que incluye entre otras acciones, la presentación de preguntas parlamentarias y enmiendas a la ley de medidas urgentes de fomento del pluralismo y la televisión digital; la impugnación de todos los concursos abiertos por las comunidades autónomas para distribuir las licencias de radios FM alegando

discriminación, así como quejas al defensor del pueblo por este mismo motivo. En este período, la REMC también inicia el contacto con AMARC y el CMFE.

Aunque la rama europea de la asociación estuvo con una muy baja actividad entre 1996 y 2006, este año inicia un proceso de refundación, en IX Asamblea Mundial de AMARC celebrada en Jordania. A partir de ella AMARC Europa vuelve a tener un equipo directivo y una nueva Secretaría General ya que en el encuentro anterior de 2002 la sección europea había sido disuelta. En 2006 comienza esta fase de redefinición marcada por el contacto bilateral de algunas organizaciones de radios en Europa con el Secretariado Internacional. En la asamblea de 2008 de AMARC – Europa se realiza el congreso de refundación que marca la consolidación de esta nueva fase (Reguero; Scifo: 2009). Por último, es importante señalar que en el equipo directivo de AMARC – Europa que surge a partir de 2006 participa un miembro de las radios que forman parte de la ReMC.

Por lo que se refiere al proceso de reconocimiento del tercer sector de la comunicación a nivel europeo, el CMFE tomó parte en el proceso de consulta iniciado por el Consejo de Europa para la Conferencia Ministerial sobre Política de Medios de Comunicación de Masas en Kiev, en marzo de 2005. La propuesta de reconocimiento del tercer sector fue apoyada por más de 50 federaciones nacionales, las redes y las iniciativas de los medios de comunicación de toda Europa. El mismo año, el CoE adoptaba el texto *Integration and Diversity: The New Frontiers of European Media and Communications Policy* (Consejo de Europa, 2005), recomendando la promoción de la diversidad lingüística y cultural en los medios de comunicación del tercer sector. Como resultado de este estudio, el Comité de Ministros adoptó la resolución homónima recomendando la promoción de la diversidad lingüística y cultural en los sistemas mediáticos, poniendo atención especialmente a los ‘minority community media’ (art. 6).

En 2007, fruto de la petición del CMFE a la europarlamentaria del grupo Alliance for Liberal and Democrats in Europe en Austria, Karin Resetarits así como de la colaboración de los académicos expertos del mismo Foro, el Comité de Cultura y Educación del Parlamento Europeo (COM-CULT) publicó el estudio *The state of community media in the European Union* (2007). El documento argumenta la función que desarrollan los medios comunitarios en relación a la diversidad cultural, el pluralismo informativo, la alfabetización en medios, etc., para luego describir el panorama tan diverso en lo que se refiere a la actividad, el reconocimiento y el apoyo a los medios del tercer sector. A partir de las conclusiones del estudio, la europarlamentaria Resetarits impulsó la resolución del Parlamento Europeo del 25 de septiembre de 2008 sobre los medios del Tercer Sector de la comunicación, reconociendo la labor de estos medios en la promoción de la diversidad cultural y lingüística, de la cohesión y la identidad local, además de constituir una fuente de creatividad

ciudadana y alfabetización en medios y digital. Asimismo, solicita el reconocimiento legal y medidas de apoyo por parte de los estados miembros así como licencias digitales para estos medios. Basándose en los principios para la regulación de las radios comunitarias establecidos por AMARC –también adoptados por el CoE-, el Parlamento define a los medios del tercer sector como organizaciones sin ánimo de lucro, responsables ante la comunidad a la que sirven y abiertas a la participación en la producción de contenidos.

Por su parte, el Consejo de Europa también estuvo muy activo en este período, publicando el reporte *Protecting the role of the media in democracy in the context of media concentration* (2007) y *Promoting social cohesion. The role of community media* (2008). El primero remarca la importancia de los "not-for-profit media" para asegurar el pluralismo y precede a la *Recommendation on media pluralism and diversity in the media content* (Consejo de Europa, 2007b) animando a los Estados miembros al desarrollo de "otros medios" como "community, local, minority or social media" en tanto que vía de integración y cohesión social. En el segundo documento, el CoE describe las medidas de protección de los medios del tercer sector que están aplicando los países europeos y señala su rol en el fomento de la cohesión social, sobre todo en el caso de los medios étnicos y de minorías refugiadas.

2009: un año decisivo

A inicios de 2009 comienza a tomar forma en la ACS la idea de crear un encuentro de medios del tercer sector en Catalunya. Luego de identificar cerca de 50 experiencias de radios, periódicos, televisiones y medios digitales, se les invitó a participar en el proceso de organización colectiva de la actividad.

La propuesta pretendía dar marcha a una red catalana que ayudara a la coordinación, intercambio y fortalecimiento del sector en temas tecnológicos, legales y sociales. Pero ya el propio proceso de convocatoria nos permitió detectar la poca comunicación entre estas experiencias, la falta de visibilización de la problemática del tercer sector de la comunicación en la sociedad, y la necesidad de sensibilización en torno al beneficio que puede aportar la creación de redes entre los medios catalanes. Por otra parte, desde la ACS se tenía claro que la creación de una red implica necesariamente un proceso previo de reconocimiento, desarrollo de confianza mutua, y el desarrollo de acciones conjuntas, y que este encuentro podía servir para establecer un primer acercamiento en este sentido, por lo que este primer encuentro realizado durante el mes de abril puede considerarse fundante, aunque a partir de ahí el trabajo colectivo se ha concretado todavía en pocas instancias.

Paralelamente, durante este año se ha fortalecido otro espacio de trabajo colectivo: el Fórum Social

Catalá de la Comunicació (FSCom), que surge como resultado de los debates sobre temas de comunicación realizados durante el Fórum Social Català, realizado en enero de 2008. A partir de las inquietudes surgidas por un grupo de periodistas, medios alternativos, y movimientos sociales, se conformó un grupo dinamizador abierto, que comenzó a organizar reuniones preparatorias a través de una lista de discusión, llevar adelante un blog y un wiki. En junio de 2009 el grupo de dinamización convoca a una asamblea general en la que participan cerca de 60 personas invitadas a debatir y participar en el proceso de construcción. Se trata de una ambiciosa iniciativa que pretende reunir toda la diversidad de actores vinculados al campo de la comunicación en un mismo espacio de debate, reflexión y acción: desde periodistas independientes, sindicato de periodistas, representantes de medios de comunicación privados, públicos y alternativos, profesionales de la educomunicación, académicos y movimientos sociales. La ACS participó activamente en el debate, así como integrantes del grupo dinamizador ayudaron en la organización de la Trobada de Mitjans Lliures, por lo que se evidencian muestras de interés en unir fuerzas entre estos grupos.

En lo referido al ámbito legislativo en España, en 2009 se ha hecho público el nuevo borrador del anteproyecto de la Ley General Audiovisual (GE, 2009c), promovido por el gobierno socialista, que sigue sin reconocer el tercer sector de la comunicación como un actor específico del sistema audiovisual. Y si bien abandona en su articulado las restricciones de carácter geográfico (según las cuales los medios comunitarios eran concebidos únicamente como de ámbito local), tiene al mismo tiempo un enfoque general mucho más mercantil (el articulado del documento concibe el sistema audiovisual en términos de “mercado audiovisual” de modo que no concibe la comunicación audiovisual por fuera del mercado y el artículo 21 en específico delimita los servicios de comunicación audiovisual a servicios prestados en ejercicio de la libertad de empresa). La referencia al tercer sector de la comunicación se concentra en el artículo 23 (Servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin finalidad comercial) y consta de cuatro puntos. El primer punto sostiene que “las entidades privadas sin ánimo de lucro *podrán prestar* servicios de comunicación audiovisual”, con lo cual al no-reconocimiento de una especificidad se suma como agravante la concepción eventual, contingente y hasta podría decirse que incluso irrelevante de este tipo de comunicación. Luego, los puntos 3 y 4 plantean los deberes financieros para las entidades que quieran desarrollar este tipo de servicios: “sus gastos de explotación anual no podrán ser superiores a 100.000 euros” y “deberán acreditar el pago de cuantos derechos, cánones o tasas se deriven de su actividad”. Este tipo de mecanismos de control son injustos, pues no se les exigen a los proyectos comerciales (en el caso del primero) ni a otros servicios como movilidad o pago (en el caso del segundo). Por último, confunden el hecho de ser servicios no-lucrativos con servicios poco rentables: un medio no comercial se caracteriza por reinvertir sus ingresos (cuando los tiene) y éste

constituye un factor que asegura su sustentabilidad financiera.

Antes del verano también se ha hecho públicos el reglamento general (RG) y el reglamento técnico (RT) para la aplicación de la enmienda de la LISI (GE, 2009a; GE, 2009b). El proyecto de RG no permite abrigar demasiadas esperanzas. El artículo 5.4 pone de manifiesto que la planificación del espectro para la televisión de proximidad sin ánimo de lucro no será prioritaria con respecto a otros servicios planificados o planificables (dependerá de la existencia de licencias que no puedan ser utilizadas con propósitos comerciales). El artículo 9.3 señala que las licencias para este tipo de televisiones tendrán una duración de 5 años y sólo se podrán renovar dos veces (hasta 15 años en total), en una medida completamente desigual respecto de los medios privados. También, la disposición adicional primera del RG señala que pasado un año de su aprobación ya no se podrán otorgar concesiones amparadas en el reglamento (como si esto fuera una responsabilidad de las televisiones afectadas), careciendo así el reglamento de todo sentido garantista. Por último, el reglamento técnico (RT) impone una serie de restricciones de cobertura que resultan irrisorias, tales como el hecho de que las concesiones no podrán alcanzar más del 20% de la población núcleo del municipio en el cual se encuentran (en zonas de más de 100.000 habitantes) o las limitaciones de potencia a 1 o 8w, según esta misma medida.

Ante el contexto español, el CMFE hizo llegar a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), a la vicepresidencia del Gobierno y a diferentes gobiernos autonómicos una declaración de apoyo a los medios comunitarios de España, firmada conjuntamente con AMARC. Ésta solicita a los Gobiernos de las Comunidades Autónomas que establezcan procedimientos de adjudicación que no sean excluyentes y discriminatorios hacia las emisoras sin ánimo de lucro, como hacerlas competir en desigualdad con los medios privados o convocar concursos destinados únicamente al sector comercial.

Este año también se ha producido uno de los logros más significativos en las instancias europeas: la publicación del informe *Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-Based Approach* (Comisión Europea, 2009a). Éste argumenta que el marco regulatorio actual en la UE no remedia las barreras de entrada existentes para los medios comunitarios y minoritarios, y menos aún, provee a este sector en desventaja de apoyo económico o de alguna otra índole. Concretamente, asevera que la falta de reconocimiento legal y apoyo económico a estos medios así como las barreras de entrada que padecen por parte de las plataformas proveedoras significan una amenaza para el pluralismo mediático-cultural (Comisión Europea, 2009a, p. 13).

A nivel estatal, la maduración del trabajo en red propiciado durante el período anterior hace posible que en mayo de 2009 la REMC se constituya legalmente como una asociación de asociaciones, bajo

el nombre de Red de Medios Comunitarios o ReMC (se suprime al adjetivo estatal) con el objetivo de “defender el derecho a crear medios comunitarios y reivindicar un espacio público de comunicación que garantice la existencia y el desarrollo del Tercer Sector de la Comunicación” (ReMC, 2009a). Entre sus principales acciones durante 2009 destacan: a) las alegaciones al anteproyecto de la Ley General Audiovisual presentadas ante el Consejo de Estado; b) las alegaciones al Reglamento de Televisión de Proximidad sin Ánimo de Lucro, presentadas al Consejo Asesor de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (CATSI) de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones; c) la denuncia de discriminación a los medios comunitarios en el Proyecto de Decreto de Radiodifusión del Gobierno de las Islas Canarias (García, 2009).

Asimismo, la colaboración entre la ACS y la REMC se ha fortalecido. En 2009 hay tres muestras importantes de esta colaboración: por un lado, la ACS es una de las entidades firmantes de los estatutos de constitución legal de la REMC y ha colaborado activamente en el proceso de elaboración de un documento con alegaciones al nuevo proyecto de la Ley General Audiovisual ante el gobierno central. Además, la ACS está organizando el quinto encuentro de la REMC en Barcelona, previsto para noviembre de este año. Esto significa a su vez una oportunidad para establecer un puente para el intercambio y mutuo aprendizaje entre la incipiente red a nivel catalán, con la experiencia obtenida del trabajo en red en el ámbito estatal.

Finalmente, la labor efectuada por las redes activistas europeas ha revertido positivamente en la Declaración del Comité de Ministros sobre el rol de los medios comunitarios en la promoción de la cohesión social y el diálogo intercultural, que en febrero de 2009 publicó el CoE (CoE:2009). Ésta insiste en la importancia de potenciar el pluralismo y la diversidad mediática para el funcionamiento de las sociedades democráticas, los derechos humanos a la libertad de expresión y el acceso a la información. Concretamente, solicita el reconociendo de los medios comunitarios y financiación, además de la asignación de frecuencias. También alienta el estudio y el intercambio de buenas prácticas, además de formación continuada.

Conclusiones

Al observar el período en perspectiva, notamos el modo en que las piezas van encajando unas con otras, en forma de un proceso donde la acción y la reflexión colectiva a nivel catalán alimenta a estos mismos fenómenos a nivel español y europeo; pero observamos también el movimiento el sentido contrario: cómo las organizaciones europeas de medios comunitarios o del tercer sector con su labor otorgan herramientas para fundamentar la legitimidad en la disputa por el reconocimiento institucional.

En un estudio encargado por el Banco Mundial con el objetivo de evaluar buenas prácticas para el desarrollo y la continuidad de la radios comunitarias, basado en un estudio comparativo en cinco países, Bruce Girard (2007) señala el aporte fundamental de las redes, tanto nacionales como regionales. Por su contenido, creemos que es extensible también a otros formatos de medios del tercer sector de la comunicación, y de utilidad para reflexionar al final de este artículo. Entre estos, menciona: representar a los miembros de estos medios en las negociaciones con el gobierno y otras organizaciones para actuar en su defensa; dar asesoramiento sobre el proceso de aplicación y renovación de licencias; brindar o conseguir capacitación, asistencia técnica y material para la formación de sus miembros; facilitar el intercambio de información y contenidos; coordinar acciones de solidaridad y campañas para defender los medios de presiones políticas o financieras; movilizar y proveer asesoramiento financiero; abrir espacios para el debate, intercambio de experiencias, cooperación entre los medios, organizando reuniones, publicando informativos, páginas web, entre otras.

Aplicando este razonamiento al caso catalán, vemos que hay una contribución importante en términos de agilizar el intercambio de información, buenas prácticas y colaboración en acciones de defensa a los medios del tercer sector. Los argumentos de AMARC, las resoluciones del Parlamento Europeo y CMFE que van circulando por las listas están siendo utilizadas por la REMC y la ACS como herramientas potentes para la argumentación en alegaciones, y denuncias.

Ejemplo de lo anterior es que el lobby en Europa, cuyo principal logro es el pronunciamiento de la Comisión Europea (organismo ejecutivo de la UE) ha servido para legitimar aún más las demandas del tercer sector de la comunicación en España y Catalunya. Pues el hecho de que instancias administrativas europeas se pronuncien al respecto, y además den a conocer los diferentes contextos en los que operan estos medios en otros estados, pone en evidencia la poca atención que desde nuestro estado se ha prestado a este asunto.

Se confirma en este sentido, la relevancia de la participación de la sociedad civil y su articulación

en redes, ya no sólo a nivel autonómico ni estatal, sino también continental, para contribuir a la sustentabilidad social e institucional del tercer sector de la comunicación.

En términos de políticas de la comunicación, en cambio, queda en evidencia que la sintonía de los gobiernos autonómicos y estatal con lo que se está discutiendo a nivel de las instancias europeas va a una velocidad mucho más lenta (o simplemente rápida, pero en sentido contrario). Aunque también es preciso matizar que el Consejo de Europa, seguido del Parlamento Europeo, están siendo los organismos más receptivos a las reivindicaciones del sector. Si bien la Comisión ha explicitado recientemente las contribuciones de éste, se trata de un organismo mucho más difícil de influir por parte de los activistas.

Pero de todos modos, la sintonía que se da a nivel de medios del tercer sector en el nivel autonómico y estatal con las declaraciones e internaciones de las instancias políticas europeas no permean a las instituciones políticas autonómicas ni estatales, lo cual constituye una piedra de tope importante para el incremento de la sustentabilidad institucional y que desde el punto de vista organizativo sólo puede resolverse en la medida que se fortalezca la sustentabilidad social.

Por el contrario, lo que notamos a nivel de las instancias políticas autonómicas y estatales son intervenciones bien intencionadas, pero meramente efectistas, como es el caso de las declaraciones de la representante de la DGMA en la mesa redonda sobre tercer sector. De hecho, el mismo Secretario de Medios de Comunicación de la Generalitat de Catalunya, Carles Mundó respondió a la carta-declaración emitida por el CMFE y AMARC en relación a situación del sector en Catalunya comprometiéndose a impulsar un debate al respecto en 2009, con el objetivo de lograr la cobertura legal para estos medios¹⁹. Las declaraciones de la Vicepresidenta del gobierno español, María Teresa Fernández de la Vega ante el Parlamento respecto del carácter ampliado del debate sobre la Ley General Audiovisual significan otra muestra de apertura –no materializada– del discurso de la Administración (BOCG. Congreso de los Diputados Núm. D-237 de 09/07/2009).

Por lo tanto, si consideramos que actualmente pareciera que los medios del tercer sector están fortaleciéndose, la razón de ello no tiene que ver casi en absoluto con condiciones institucionales brindadas por las políticas de comunicación, sino más bien con un activismo que cada vez valora más la contribución del trabajo en redes y es cada vez más eficiente respecto de esta estrategia.

Respecto de los desafíos futuros para los medios, organizaciones y asociaciones del tercer sector catalán consideramos al menos los siguientes:

- Invertir más en actividades de autoformación en software libre, creación de plataformas

¹⁹ Información obtenida mediante el CMFE el 28 de abril de 2008.

digitales multimedia para intercambiar contenido entre estos medios.

- Fortalecer el desarrollo de la Xarxa de Mitjans, la elaboración de diagnósticos y crear herramientas (alegaciones, denuncias, documentos) para presentar ante la Generalitat de Catalunya y el CAC. Promover la participación de la Xarxa en otras instancias (ReMC, FSCom).
- Visibilizarse en espacios no-activistas
- Finalmente, los activistas deben asumir su parte de responsabilidad en la producción de información pública y el impulso de la participación ciudadana en los procesos de elaboración del marco regulatorio.

Bibliografía

-Asociación Mundial de Radios Comunitarias. (2009). *Principios para un marco regulatorio sobre la radio y la TV comunitaria*. Recuperado en septiembre de 2009, <http://legislaciones.amarc.org/Principios/PrincipiosMarcoRegulatorio.htm>

-ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (s/f): *Qui som?* Accesado el 2/09/09. URL: <http://www.okupemlesones.org/joomla/introduccio/lassemblea-per-la-comunciacio-social.html>

-ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2005a): *Justificació de les esmenes proposades per l'ACS a l'esborrany de text articulat de la Llei de l'Audiovisual y Proposta de canvis per part de l'ACS a l'esborrany de text articulat de la Llei de l'Audiovisual*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/doc/lleiiacs.pdf>

-ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2005b): *Informe TSA de la Comissió de Difusió, abril05*. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: http://www.okupemlesones.org/doc/InformeTSA_ComissioDifusioabril05.rtf

-ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2006): “La experiencia de presentación de enmiendas al proyecto de la Ley catalana del Audiovisual”. Ponencia presentada al II Encuentro de la Red Estatal de Medios Comunitarios. Salamanca, 21-23 de Abril de 2006. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: http://www.okupemlesones.org/doc/presentacio_salamanca_cast.rtf

-ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2008): *Comunicat de premsa; acció contra el tancament de Latele 52UHF*. Accesado en 2/09/09. URL: <http://barcelona.indymedia.org/newswire/display/345007/index.php>

-Atton, C. (2002): *Alternative Media*. London: Sage.

-BOCG (2009): Boletín Oficial de las Cortes Generales. Congreso de los Diputados. IX Legislatura, Serie D: general. N – 237. 9 de julio de 2009. Accesado el 11/09/2009. URL: http://www.congreso.es/public_oficiales/L9/CONG/BOCG/D/D_237

-BOE (1995): *Ley 41/1995 de 22 de diciembre, de televisión local por ondas terrestres*. Boletín

Oficial del Estado n° 309. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL:

<http://www.boe.es/boe/dias/1995/12/27/pdfs/A3694036944.pdf>

-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 Compostella). Accesado el 20 de abril de 2008. URL: http://www.medioscomunitarios.net/files/regulacion_tsa.doc

-Clua, A.; Fernández, M.; García, J. (2006): “Medios sin ánimo de lucro en la regulación del audiovisual. El caso de España: del vacío legal al espacio marginal”. Texto elaborado a partir de la ponencia presentada en el *I Congreso Nacional de Pensamiento Crítico, Comunicación y Cultura* (organizado por Ulepicc). Sevilla: 17 de Noviembre de 2006. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: http://www.medioscomunitarios.net/files/remc_para_eptic.doc

-Comisión Europea. Media Literacy Expert Group (2007). *Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe*. Barcelona: Autonomous University of Barcelona. Recuperado en abril de 2008, http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/studies/study.pdf

- Comisión Europea (2009). *Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-Based Approach*. Leuven: katholieke Universiteit. Recuperado en mayo de 2009, http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/pfr_report.pdf

- Consejo de Europa (2004). *Transnational Media Concentrations in Europe*. Estrasburgo: División de Medios. Dirección General de Derechos Humanos. Recuperado en septiembre de 2009, [http://www.mainzer-medieninstitut.de/PDF_AP-MD\(2004\)007.pdf](http://www.mainzer-medieninstitut.de/PDF_AP-MD(2004)007.pdf)

- Consejo de Europa (2005). *Integration and Diversity: The New Frontiers of European Media and Communications Policy*. Kiev: 7ª Conferencia Ministerial Europea en Medios de Comunicación de Masas, 10-11 de marzo. Recuperado en septiembre de 2009, [http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/MCM\(2005\)005_en.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/MCM(2005)005_en.pdf)

- Consejo de Europa (2007a). *Declaration of the Committee of Ministers on Protecting the Role of the Media in Democracy in the Context of Media Concentration*. Estrasburgo: Comité de Ministros del Consejo de Europa. Recuperado en septiembre de 2009, <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1089615>

- Consejo de Europa (2007b). *Recommendation on media pluralism and diversity in the media content*. Estrasburgo: Comité de Ministros del Consejo de Europa. Recuperado en septiembre de 2009, <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1089699>

- Consejo de Europa (2008). *Promoting social cohesion. The role of community media*. Recuperado en octubre de 2008, [http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/H-Inf\(2008\)013_en.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/H-Inf(2008)013_en.pdf)

- Consejo de Europa (2009). *Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue*. Recuperado en mayo de 2009, <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1409919&Site=COE&BackColorInternet=DBDCF2&BackColorIntranet=FDC864&BackColorLogged=FDC864>

-Fleischman, L & 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 de julio de 2009. *Mímeo*

-Gallo, P. (2005): “Okupem les Ones! Una campaña necesaria.” en Martínez, M. (Ed.) *O Terceiro Sector e o Audiovisual*. I Foro da

Ciudadanía e da Comunicación. Santiago de Compostela: Unidixital. Pgs. 87-90

-García García, J. (2006): “Concesiones digitales”, en *Diagonal* n° 23, del 2 al 15 de febrero. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: <http://www.diagonalperiodico.net/article206.html>

-García Leiva, María Trinidad (2009): El dividendo digital: desafíos, oportunidades y posiciones nacionales. RLCS Revista Latina de Comunicación Social, 64, páginas 424 a 436. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, accesado el 15 de junio de 2009. URL:http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/35_834_37_ULEPICC_19/Trinidad_Garcia_Leiv a.htm

-García García, Javier (2009): *Consulta sobre acciones realizadas por la Red de Medios Comunitarios a nivel estatal y autonómico en defensa de los medios del tercer sector de la comunicación*, correo electrónico a Luciana Fleischman (lulaflei@gmail.com), 8 de julio de 2009. Accesado el 10 de julio de 2009.

-Generalitat de Catalunya (2006): *Ley de 22/2005 de l’Audiovisual de Catalunya* en Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya núm. 4543 - 03/01/2006. Accesado el 5 de septiembre de 2009.

-Gobierno de España (GE) (2009a): Proyecto de Real Decreto por el que se aprueba el reglamento técnico del servicio de televisión de proximidad sin ánimo de lucro. *Mimeo*

-Gobierno de España (GE) (2009b): Proyecto de Real Decreto por el que se aprueba el reglamento general de prestación del servicio de televisión de proximidad sin ánimo de lucro. *Mimeo*

-Gobierno de España (GE) (2009c): Ante Proyecto Ley General Audiovisual. Accesado el 16 de julio de 2009. URL: <http://legal.medioscomunitarios.net/wpcontent/uploads/2009/07/anteprojectodeleygeneralaudiovisual1.doc>

-Gubern, R. (1979): “Notas sobre el cine clandestino en Catalunya bajo el franquismo” en J. VidalBeneyto (ed.): *Alternativas populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Consejo Sup. de Inv. Sociológicas. Pgs. 177 – 180.

-Guimerà, J. A. (2007): *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions (19762006)*. Barcelona: Consell Audiovisual de Catalunya (CAC). Accesado el 7 de julio de 2009. URL:http://www.cac.cat/pfw_files/cma/premis_i_ajuts/treball_guanyador/Televisi_Local_Catalunya_XIX_Premis_CAC.pdf

-Guillamón, V (2006): “Cada vez se ve más que la comunicación es un arma política y estratégica”, en: Gara, febrero 2006. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL:<http://www.okupemlesones.org/doc/artGara06.pdf>

-Girard, B. (2007): *Empowering Radio: Good practices in development and operation of community radio – Issues important to its effectiveness*. World Bank Institute. Accesado en 1/09/09. URL: <http://comunica.org/radio2.0/archives/69>

-Gumucio – Dragón, A. (2008): *La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: púlpito*. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: <http://www.geocities.com/agumucio/ArtTelevisionComunitaria.html>

-Gumucio – Dragón, A. (2003): “Arte de Equilibristas: la Sostenibilidad de los Medios de Comunicación Comunitarios”. Ponencia escrita para la *Cuarta Conferencia Internacional de Comunicación Social: Perspectivas de la Comunicación para el Cambio Social y el Tercer*

- Encuentro Our Media/Nuestros Medios*. Universidad del Norte. Barranquilla, 19-21 de mayo de 2003. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: <http://www.comminit.com/en/node/149680/37>
- Herrero, L. (2008) “La experiencia comunicativa de Video Nou/Servei de Video Comunitari”, *Blog & Docs*. Accesado el 10 de mayo de 2009. URL: <http://www.blogsandocs.com/?p=76&pp=3>
- López, M. (1983): *La Prensa de barrios en Barcelona, del año 1968 al 1977*. Tesis de grado.
- López Cantos (2005): “El Tercer Sector Audiovisual en las sociedades contemporáneas”, en M. Martínez (Ed.) *O Terceiro Sector e o Audiovisual / El Tercer Sector y el Audiovisual*. I Foro da Ciudadanía e da Comunicación. Santiago de Compostela: Unidixital. Pgs. 34 – 38.
- Mayugo, C. (2004): Per un nou sistema de Mitjans. *Illacrua*, mayo. Recuperado el 20/04/2008 de: <http://www.okupemlesones.org/artIllacrua04.php>
- Mayugo, C. (2005) *El TSA- coordinació estatal*. correo electrónico a la lista de distribución de la Asamblea per la Comunicació Social, 23 de enero de 2005. Accesado el 1 de septiembre de 2009.
- Mayugo, C. (2006): “El “tercer sector audiovisual” irrumpe en la agenda política española” en *Pueblos* N° 20, marzo 2006. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.revistapueblos.org/pdf/pueblos20.pdf>
- Mayugo, M (2007): “Engranatges del sector audiovisual de proximitat: televisió local versus comunitària”, en J. Sánchez Navarro (curador): *HoritzóTV. Perspectives d'una altra televisió possible*. Barcelona: Institut de Cultura del Ajuntament de Barcelona.
- Maristany, G & Musons, A. (2001): *Del desencant a la contrainformació : la premsa de barris a Barcelona, 1976-2001*. Barcelona : Diputació de Barcelona : Col·legi de Periodistes de Catalunya, DL 2002
- Parlamento Europeo (2007). *The state of community media in the European Union*. Bruselas: Parlamento Europeo. Policy Department Structural and Cohesion Policies. Recuperado en diciembre de 2007, <http://www.europarl.europa.eu/activities/expert/eStudies.do?language=EN>
- Parlamento Europeo (2008). Resolución del Parlamento Europeo del 25 de septiembre de 2008 sobre los medios del Tercer Sector de la comunicación. Bruselas: Parlamento Europeo: Recuperado en septiembre de 2009, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//ES>
- Prado, E. (1980): “El movimiento por la libertad de emisión en España”, en Ll. Bassets (ed.): *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gilli. Pgs. 237 – 255.
- Peissl, H., Tremetzberger, O. (2008). *Community media in Europe: the legal and economic framework of the third audiovisual sector in UK, Netherlands, Switzerland, Niedersachsen (Germany) and Ireland*. Austria: Cbonline. Recuperado en septiembre de 2009, <http://www.cbonline.org.au/media/2008EuropeanComparative.pdf>
- Reguero, N. (2008): “Ciudadanos, políticos e investigadores debate la situación del Tercer Sector de la Comunicación en Cataluña”. Ventana Barcelona-Portal de la Comunicación. 28/11/2008. Recuperado en septiembre de 2009, http://www.portalcomunicacion.com/barcelona/esp/croniques_det.asp?id_cronica=150
- Reguero, N.; Scifo, S. (2009). “Community media in the context of European media policies”. *Telematics & Informatics*. 2009 (en impresión). Recuperado en septiembre de 2009,

http://www.sciencedirect.com/science_ob=ArticleURL&_udi=B6V1H-4WK43SJ-3&_user=1517286&_coverDate=06%2F21%2F2009&_alid=1005955418&_rdoc=1&_fmt=high&_orig=search&_cdi=5675&_sort=r&_docanchor=&_view=c&_ct=1&_acct=C000053449&_version=1&_urlVersion=0&_userid=1517286&md5=7fb55121f1bbba7e1dc845dbeee73fb2

-Reguero Jimenez, N.; Sanmartin Navarro, J. (2008). "Community Media in European Union Communication Policies (2004–2008)". Barcelona: European Communication Research and Education Association (ECREA), 25–28 Noviembre 2008. Recuperado en septiembre de 2009, http://www.ecrea2008barcelona.org/guide/abstract.aspid_callfor=1388&id_seccion=2&id_subseccio=16

-Reguero Jimenez, N.; Sanmartin Navarro, J. (2009). "Community Media in European Union Communication Policies (2004–2008)". *Observatorio (OBS*) Journal*. 9 (2009). Recuperado en septiembre de 2009, <http://www.obs.obercom.pt/index.php/obs/article/viewArticle/275>

-REMC (Red de Medios Comunitarios) (2005): Puesta en Marcha de la Red Estatal de Medios Comunitarios. Accesado el 2/09/09. URL: <http://www.medioscomunitarios.net/node/1>

-ReMC (Red de Medios Comunitarios) (2009a): *La Red de Medios Comunitarios se constituye legalmente. Nota de prensa*. Correo electrónico a Chiara Sáez (Chiara.saez.baeza@gmail.com), 25 de mayo de 2009. Accesado el 16 de julio de 2009.

-ReMC (Red de Medios Comunitarios) (2009b): *Estatutos de la Red de Medios Comunitarios. Mimeo*.

-Reyes Matta, F (1982): "La comunicación alternativa como respuesta democrática", en E. Fox y H. Schmucler (eds.): *Comunicación y democracia en América Latina*. Lima: Desco. Pgs. 247 -264.

-Rodríguez, C. (2001): *Fissures in the mediascape. An international study of citizen's media*. Cresskill: Hampton Press.

-Sáez Baeza, Ch. (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. Accesada el 15 de julio de 2009. URL: http://www.alterinfos.org/IMG/pdf/Chiara_Saez_Baeza_TESIS_Tercer_sector_de_la_comunicacion_Teoria_y_praxis_de_la_television_alternativa.pdf

-Sanmartín Navarro, J.; Reguero i Jiménez, N. (2009). "La regulación de los medios audiovisuales de proximidad ante la digitalización en España. Antecedentes y perspectivas". *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 64.páginas 437 a 443. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado en septiembre de 2009, de http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/36_835_45_ULEPICC_18/Sanmartin_y_Reguero.html

-Soyuz i Penya Roja, L. (2007): *COM és possible? Un tomb pels límits de la democràcia mediàtica*. Barcelona: Comunicant y ECOS SCCL.

-XCADE (2000): *Recuperem espais als mitjans de comunicació públics*. Accesado El 2/09/09. URL: <http://www.webpersonal.net/ag173786/>

Sitios web

- ASOCIACIÓN MUNDIAL DE RADIOS COMUNITARIAS (AMARC): <http://www.amarc.org/>

-ASSEMBLEA DE LA COMUNICACIÓ SOCIAL (ACS): <http://www.okupemlesones.org/>

-COMMUNITY MEDIA FORUM EUROPE (CMFE): <http://www.cmfe.eu/>

-FORUM SOCIAL DE LA COMUNICACIÓ (FSCom): <http://fscomu.blogspot.com/>

-RED DE MEDIOS COMUNITARIOS (ReMC): <http://www.medioscomunitarios.net/>

-FÒRUM SOCIAL DE LA COMUNICACIÓ (FSCom): <http://fscomu.blogspot.com/>