

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 28, año 2024. URL: espejodemonografias.comunicacion-social.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-16-7

El Tercer Sector de la Comunicación. Manual didáctico (2023)

José Candón-Mena (editor)

Separata

Capítulo 2

Título del Capítulo

«Fundamentos teóricos del Tercer Sector de la Comunicación. De las vertientes difusionistas a los desafíos actuales en torno a los derechos humanos»

Autoría

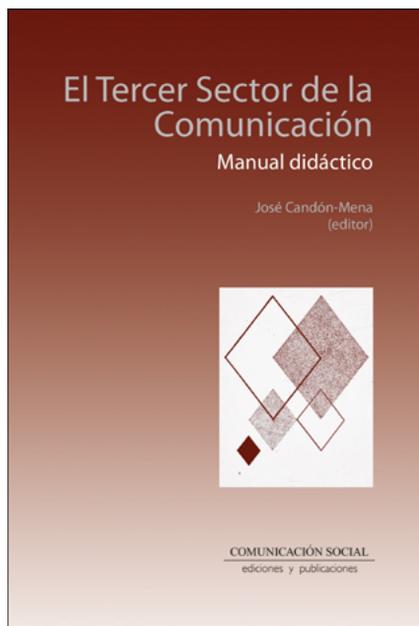
Alejandro Barranquero; Chiara Sáez-Baeza

Cómo citar este Capítulo

Barranquero, A.; Sáez-Baeza, Ch. (2023): «Fundamentos teóricos del Tercer Sector de la Comunicación. De las vertientes difusionistas a los desafíos actuales en torno a los derechos humanos». En Candón-Mena, J. (ed.), *El Tercer Sector de la Comunicación. Manual didáctico*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-16-7

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c2.emcs.28.tam4>



El libro *El Tercer Sector de la Comunicación. Manual didáctico* está integrado en la colección «Tiempos / Activismo Mediático» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

El Tercer Sector de la Comunicación (TSC) abarca medios y organizaciones mediáticas privadas y sin ánimo de lucro, cuyo fin es promover la participación ciudadana en el sistema de medios con fines de expresión, reconocimiento y justicia social.

Sin embargo —y pese a su enorme importancia para ejercer el derecho a la comunicación— su presencia en los planes de estudio de las carreras de Comunicación ocupa un lugar marginal.

Con este libro, *El Tercer Sector de la Comunicación. Manual didáctico*, sus autores abordan el reto de reivindicar la importancia del TSC y resarcir su injustificada ausencia en los planes de estudio de las Facultades españolas.

El presente manual didáctico está dirigido tanto al ámbito académico como a los profesionales, activistas y personas interesadas en potenciar las relaciones entre los medios, la educación y la ciudadanía.

Sumario

1. El Tercer Sector de la Comunicación. Definición, características y potencialidades, <i>por Alejandro Barranquero; José Candón-Mena; Sara García-Caballero</i>	9
1. <i>Introducción</i>	9
2. <i>Características y tipología del Tercer Sector mediático</i>	12
3. <i>Las potencialidades educativas y sociolaborales del TSC</i>	19
4. <i>EL TSC como yacimiento de empleo y espacio de formación complementario para el alumnado universitario</i>	21
5. <i>Referencias</i>	24
2. Fundamentos teóricos del Tercer Sector de la Comunicación. De las vertientes difusionistas a los desafíos actuales en torno a los derechos humanos, <i>por Alejandro Barranquero; Chiara Sáez-Baeza</i>	27
1 <i>La complejidad de un objeto analizado desde diversas disciplinas</i>	27
2. <i>Los debates en torno al Tercer Sector de la Comunicación</i>	30
3. <i>Los nuevos debates. Del desarrollo a los derechos humanos y los ODS</i>	34
4. <i>Referencias</i>	40

3. El Tercer Sector de la Comunicación en la Historia de la Comunicación y el Periodismo,	
<i>por Daniel Moya López; Cora Cuenca</i>	43
1. <i>Introducción</i>	43
2. <i>Breve historia del TSC en España</i>	44
3. <i>Propuesta de inclusión del TSC en la Historia de la Comunicación</i>	52
4. <i>Referencias</i>	54
4. Estructura de propiedad y organizaciones del Tercer Sector de la Comunicación,	
<i>por Francisco Caro González;</i>	
<i>Rosalba Mancinas Chávez</i>	57
1. <i>Introducción</i>	57
2. <i>Conceptualización Tercer Sector de la Comunicación</i>	59
3. <i>Formas jurídicas del Tercer Sector</i>	62
4. <i>El Cuarto Sector de la Comunicación</i>	66
5. <i>Modelo de negocio y sostenibilidad</i>	70
6. <i>Crítica</i>	73
7. <i>Conclusiones</i>	75
8. <i>Recursos</i>	76
9. <i>Propuesta de prácticas</i>	76
10. <i>Referencias</i>	77
5. Publicidad social y Tercer Sector de la Comunicación,	
<i>por José Candón-Mena; Elena Bellido Pérez</i>	79
1. <i>Introducción</i>	79
2. <i>La publicidad social</i>	82
3. <i>Parece publicidad social pero no lo es: el whitewashing</i>	89

4. <i>Desvelando el whitewashing: La contrapublicidad</i>	92
5. <i>Recursos</i>	96
6. <i>Referencias</i>	97
6. Las radios del Tercer Sector de la Comunicación, <i>por José Emilio Pérez-Martínez; Miguel Ángel Pérez-Gómez</i>	99
1. <i>Introducción</i>	99
2. <i>Las radios del Tercer Sector</i>	100
3. <i>Los contenidos de las emisoras del TSC</i>	104
4. <i>Las nuevas tecnologías y la radiodifusión del TSC</i>	109
5. <i>Conclusiones</i>	113
6. <i>Recursos</i>	114
7. <i>Referencias</i>	115
7. Audiovisual y Tercer Sector. Un campo abonado a la participación y las demandas sociales, <i>por David Montero Sánchez; José Manuel Moreno Do- mínguez; Griselda Vilar Sastre</i>	117
1. <i>Introducción</i>	117
2. <i>Televisión alternativa y comunitaria</i>	120
2.1. <i>Definición conceptual</i>	120
2.2. <i>Bibliografía clave</i>	124
2.3. <i>Referencia destacada</i>	124
2.4. <i>Enlaces, recursos y estudios de caso</i>	125
3. <i>Audiovisuales colaborativos: cine comunitario y vídeo participativo</i>	126
3.1. <i>Definición conceptual</i>	126
3.2. <i>Bibliografía clave</i>	130
3.3. <i>Referencia destacada</i>	130
3.4. <i>Enlaces, recursos y estudios de caso</i>	131

4. <i>Videoactivismo</i>	132
4.1. <i>Definición conceptual</i>	132
4.2. <i>Bibliografía clave</i>	135
4.3. <i>Referencia destacada</i>	136
4.4. <i>Enlaces, recursos y estudios de caso</i>	137
<i>Referencias</i>	137
8. El Tercer Sector de la Comunicación en la prensa, <i>por Salomé Sola-Morales;</i> <i>Belén Zurbano-Berenguer</i>	139
1. <i>Introducción</i>	139
2. <i>El Tercer Sector en el periodismo</i>	142
3. <i>Aterrizando el concepto: análisis de casos</i> <i>n el contexto del estado español</i>	148
3.1. <i>Soporte y periodicidad</i>	148
3.2. <i>Tipo de medio, forma de organización</i> <i>y financiación</i>	149
3.3. <i>Auto-definición, principios democráticos,</i> <i>profesionales y política lingüística</i>	151
4. <i>Recursos</i>	156
5. <i>Actividad para continuar la reflexión</i>	156
6. <i>Referencias</i>	157

Fundamentos teóricos del Tercer Sector de la Comunicación. De las vertientes difusionistas a los desafíos actuales en torno a los derechos humanos

Alejandro Barranquero

Universidad Carlos III de Madrid

Chiara Sáez-Baeza

Universidad de Chile

1. La complejidad de un objeto analizado desde diversas disciplinas

A lo largo de la historia, se han sucedido una extensa variedad de medios y expresiones alternativas que han cuestionado el control de la información por parte del poder político, económico o religioso. De hecho, la comunicación alternativa, radical o ciudadana se ha caracterizado siempre tanto por sus desafíos como por su enorme creatividad, espontaneidad y variedad de formatos y propósitos (Downing, 2001: xi). Esta misma característica la convierte en un objeto de estudio difícil de analizar y que requiere de distintas perspectivas teóricas de cara a valorar su complejidad. Uno de los primeros conceptos desde los que comenzó a pensarse es la denominada Comunicación para el Desarrollo, en especial desde su vertiente latinoamericana. La cuestión del «desarrollo» se había convertido en una preocupación central para los gobiernos del Norte del planeta en el contexto de la reconstrucción

del mundo posterior a la Segunda Guerra Mundial. Por aquel entonces, se consideraba que los medios podían servir para activar procesos de «imitación» de los valores del Norte para introducir ideas «modernas» en las regiones y grupos del Sur del planeta. Años más tarde se revelaron las insuficiencias de este modelo de comunicación, también denominado «difusión de innovaciones» porque no bastaba con el cambio de mentalidad para propiciar cambios estructurales. Asimismo, pioneros de este modelo funcionalista y «difusionista» como Daniel Lerner, Everett M. Rogers o Wilbur Schramm adolecieron de un importante sesgo racista cuando proponían eliminar la cultura de las poblaciones indígenas, agrícolas o campesinas, que consideraban «atrasada» y un «obstáculo» para la adopción de las ideas del Norte.

Desde los años 60 América Latina se convirtió en un escenario prolífico para la aparición de formas alternativas de comunicación implementadas por los movimientos sociales de la época, así como por un desarrollo teórico incipiente, del que ambas —teoría y práctica— se nutrieron. La perspectiva Participativa de la Comunicación para el Desarrollo hizo hincapié en la necesidad de incorporar el conocimiento y las necesidades de las comunidades y situarlas en el centro de cualquier programa de desarrollo. Autores como Paulo Freire o Antonio Pasquali plantearon que los medios no debían ser meras herramientas propagandísticas al servicio de unas élites todopoderosas sobre unas masas «ignorantes». Por el contrario, estos tenían que fomentar un diálogo libre y equitativo para que las comunidades se convirtiesen en sujeto

activo de sus propios procesos de comunicación y desarrollo.

El segundo de los marcos desde los que se han pensado las experiencias del Tercer Sector de la Comunicación (TSC) proviene del marxismo heterodoxo y su crítica al determinismo económico sobre la cultura. Los Estudios Culturales británicos se interesaron por cómo las identidades culturales influyen en la relación de las personas con los productos de la cultura de masas. Además, autores como Stuart Hall, Ien Ang o Raymond Williams abordaron cómo los grupos subalternos resignifican dichos productos culturales hasta transformarlos en producción propia, configurada con base en determinantes de clase social y otros factores identitarios como la etnia, el sexo, el género o la edad.

El tercero de los marcos es el de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, que puso el foco en la comprensión de los medios e industrias culturales como agentes económicos del capitalismo. A esta corriente le interesó analizar los factores históricos y estructurales que explican la relevancia de unas empresas y lógicas de producción sobre otras. Pioneros como Armand Mattelart, Herbert Schiller y Héctor Schmucler se preocuparon por el imperialismo cultural y por la concentración monopolística de los medios en Latinoamérica y otros lugares, y observaron cómo los Estados, a través de sus políticas y acciones, contribuyen, por acción u omisión, a fortalecer la comunicación comercial. La comunicación ciudadana podía ser una alternativa a las lógicas comerciales o estatales que determinan el sistema de medios, por lo

que apostaron por construir alternativas mediáticas de base y desde una noción de lo público articulada «desde abajo» más que «desde arriba» (Saéz, 2011).

2. Los debates en torno al Tercer Sector de la Comunicación

El concepto del tercer sector penetra en el ámbito académico y de las políticas públicas a finales del siglo XX, heredero de dos debates diferentes: la teoría acerca de las organizaciones voluntarias y sin ánimo de lucro (*non-profit*) y la reflexión sobre las cooperativas o empresas de economía social. Con independencia de sus énfasis, ambos debates ponían el foco en organizaciones caracterizadas por: (1) Con una existencia institucionalmente separada del Estado; (2) Que no generan ni reparten beneficios entre sus titulares, gestores o administradores; (3) Y cuya pertenencia no está legalmente impuesta, sino que atraen aportaciones voluntarias de personas en forma de tiempo o dinero. Los estudios de la tradición cooperativista se diferenciaron del ámbito de las ONG por enfatizar más en el control democrático de estas entidades por parte de los/as trabajadores/as y menos en el voluntariado. No obstante, ambos enfoques contribuyeron a reivindicar que existe un sector emergente y diverso al margen del Estado y el mercado, tanto en sus lógicas de financiación como de funcionamiento.

En los estudios sobre medios, el concepto de Tercer Sector de la Comunicación (TSC) fue desarrollado inicialmente por un conjunto de autoras catalanas

que intentaron distanciarse del sentido asistencialista y economicista del concepto genérico del tercer sector. Concibieron el TSC como un espacio de comunicación independiente de los poderes públicos y privados y heredero de las reivindicaciones que abanderaron antaño los denominados medios libres y comunitarios. La característica sustancial de estos proyectos es constituir un espacio de confluencia donde se expresa la sociedad civil organizada de manera abierta, participativa y horizontal (Clua *et al.*, 2006; Clua, 2011; Fleischman; Reguero; Sáez, 2009; Mayugo, 2005). Desde los 2000 el concepto también comenzó a utilizarse en organizaciones internacionales confundándose con el de comunicación comunitaria o alternativa. Por ejemplo, el Consejo de Europa publicó el estudio *Promoting social cohesion. The role of community media* (CoE, 2008), usando indistintamente dichas nociones.

Precedentes como los citados contribuyeron a popularizar el concepto de TSC (Arévalo; Al Najjar; Villar, 2020; Barranquero, 2015; Barranquero; Candón, 2021; García García, 2017; Lemus Pool, 2022) para distinguir un entorno mediático que se define por su carácter de oposición, pero también de contrapunto y balance con respecto a los actores dominantes del sistema mediático: los medios públicos, casi siempre al servicio de administraciones estatales o regionales, y los medios privados-comerciales, que se definen por una perspectiva mercantil de compra-venta de audiencias y anunciantes. Para equilibrar el sistema, los medios y organizaciones del TSC se conciben como entidades privadas pero impulsadas por colectivos ciudadanos

(cooperativas, ONG, etc.) más o menos estructurados y profesionalizados (movimientos sociales, asociaciones u ONG de pequeño tamaño). A su vez, se distinguen por su carácter no lucrativo, es decir, los réditos obtenidos por su labor social o comunicativa no se orientan a la consecución de un beneficio económico, sino que se destinan a la mejora del proyecto en forma de salarios, compra de equipos o alquiler de una sede. Por último, y lo más importante, el TSC se caracteriza por incitar la participación comunitaria y orientarse a la defensa de los intereses de personas (ej. migrantes) u organizaciones (ej. movimientos sociales) que no suelen tener una representación equilibrada en los medios masivos.

Tanto a nivel internacional como español, la etiqueta ha permitido presentar con ropajes nuevos a un actor ya conocido: los medios alternativos. Además, asoció al TSC atributos tradicionalmente vinculados a los medios libres que emergieron en los años 70 y 80 en ausencia de un marco regulatorio favorable, expuestos a persecuciones y cierres por su carácter subversivo. El valor del nuevo concepto radica, sobre todo, en su potencial como «ilustrador estratégico»; es decir, muchas organizaciones reclaman y legitiman disponer de un espacio propio que pone «en evidencia lo incompleto que se encuentra el actual sistema de medios tal como se nos presenta oficialmente» (Sáez, 2008: 79). Por otra parte, y frente a otras etiquetas (radical, alternativo, popular, etc.), el término ofrece un carácter divulgativo y abarcativo que facilita la interlocución entre ciudadanía y organismos políticos y reguladores.

En el actual contexto digital, los medios del TSC continúan propiciando relaciones comunicativas desde marcos críticos y frente a los procesos de hiperconcentración que afectan a las industrias de la comunicación y la cultura. De hecho, la lucha en muchos países ha tendido a concentrarse en los procesos de reconocimiento por parte del Estado de un sector que suele operar mediante concesiones, licencias o permisos de emisión, obtenidos en concursos en los que los operadores privados suelen partir de posiciones ventajosas. Por su parte, el debate conceptual ha acabado por descartar la visión simplista que se manejaba durante los años 70 y 80, y que concebía al sector en estricta «oposición» al resto de medios, es decir, como un ámbito completamente independiente y al margen de presiones políticas y económicas. El concepto de TSC ha llevado al sector a reflexionar acerca de lo que «sí es», independientemente del resto de actores mediáticos. Por un lado, ayuda a visualizar las múltiples influencias que reciben, respectivamente, lo comunitario, lo público o lo comercial y, por otro, habla de la necesidad de articular redes entre distintos tipos de medios, independientemente del formato, régimen de propiedad o modelo de interrelación con las audiencias.

En España, las radios comunitarias de los 80 conviven desde 2000 con prensa alternativa (en su doble vertiente impresa y digital, como *La Directa* o *El Salto*) y una nueva cantera de medios digitales. Además, en España el 15M generó una explosión de iniciativas comunicacionales críticas, algunas de las cuales han ayudado a renovar el campo periodístico, habilitando

estructuras económicas y organizativas sustancialmente distintas de las tradicionales (Fabregat, 2014). El debate del TSC no es exclusivo del contexto español (Pickard; Stearns, 2011). Por ejemplo, en su libro *Salvar los medios de comunicación*, Cagé (2016) propone avanzar hacia una «sociedad de medios de comunicación sin ánimo de lucro», consistente en un modelo híbrido entre fundaciones, asociaciones y sociedades por acciones. Esta fórmula de organización de las industrias periodísticas habilitaría un modo diferente de organizar el reparto de beneficios o de alternar liderazgos en la toma de decisiones.

3. Los nuevos debates. Del desarrollo a los derechos humanos y los ODS

Al principio del capítulo insistíamos en cómo la noción de «desarrollo» guió, hasta finales del siglo XX, las luchas de emancipación de numerosos colectivos y regiones. No obstante, dichas visiones participaron de una concepción en exceso asistencialista y colonial del desarrollo, planteada desde la intervención de un Occidente que «ayuda» y «asiste» a los más pobres a alcanzar su mismo modelo de desarrollo, concebido este como dirección única y universal. Esta noción de desarrollo ha sido fuertemente contestada desde los años 70 por movimientos sociales de distinto tipo y, ya desde los 2000, por parte de pueblos indígenas o núcleos académicos que proponen un «giro decolonial» (Castro-Gómez; Grosfoguel, 2007) para repensar la historia de las ciencias sociales y natura-

les. Los grupos que abanderan este giro proponen que los medios de comunicación son espacios desde los que desafiar los valores predominantes en Occidente a partir del rescate y la reparación de los saberes históricamente silenciados (Herrera *et al.*, 2016). La Decolonialidad también ha invitado a revitalizar marcos de pensamiento y saberes ancestrales como los de colectivos indígenas que en distintas partes del planeta han articulado relaciones más armónicas entre ser humano y naturaleza. En este contexto, nociones como la de Ubuntu en África o Buen Vivir en Latinoamérica (una traducción incompleta al español de la expresión quechua «sumak kawsay» y de la aymara «suma qamaña») se popularizaron a principios del siglo XXI para descartar el horizonte del «desarrollo» económico o tecnológico de Occidente, que tan nefastos resultados produjo en los países del Sur del planeta (Acosta; Martínez, 2014).

Frente a la pérdida de biodiversidad, la emisión de gases de efecto invernadero o la superación de los límites físicos y biológicos que amenazan la preservación de la vida sobre la tierra, el Buen Vivir y otras cosmovisiones indígenas son sólo uno de los marcos desde los que pensar la justicia social y ecológica. Estas perspectivas también han comenzado a dialogar con nuevos paradigmas en los que las aportaciones del Norte y el Sur son notables. Nos referimos, por ejemplo, a la perspectiva del Decrecimiento (Latouche, 2012), que plantea la disminución progresiva de la producción y el consumo con objeto de armonizar la convivencia entre seres humanos y naturaleza. Mediante modelos de producción y consumo autosuficientes, el Decre-

cimiento apuesta por dar tiempo a la naturaleza para que se regenere, frente a los daños causados por un ser humano que transformó en gases de efecto invernadero los depósitos de carbono que habían tardado miles de años en convertirse en combustibles fósiles. Otras corrientes de Transición Ecosocial como el Slow, el Ecosocialismo o el Ecofeminismo reivindican similares ideales poniendo el foco en modelos de vida más simples y basados en la reducción progresiva de la obsolescencia programada y el consumo ilimitado. Todos estos modelos Postdesarrollo apuestan por «recomunalizar» la vida social para hacer frente al individualismo y las normas de vida fijadas por el Estado y el capital (Escobar, 2018). Por su parte, Feminismo y Postfeminismo han reclamado la necesidad de promocionar una «ética de los cuidados» entre personas, comunidades y entornos naturales basada en relaciones de corresponsabilidad (Esteban, 2017). En esta línea, el paradigma feminista de la Interseccionalidad apuesta por valorar cómo se conectan y refuerzan los diferentes ejes de la desigualdad (como género, clase o etnia) a la hora de formular políticas o de concebir unas ciencias de la comunicación que, hasta hoy, habían pensado el campo en compartimentos estancos (Crenshaw, 1991).

Otro marco importante para pensar el TSC es el de los Derechos Humanos, que deben de ser concebidos huyendo de toda perspectiva metafísica o trascendente. Reconocidos en la Declaración Universal de las Naciones Unidas de 1948, estos derechos plasman necesidades humanas básicas y deben «contaminarse de contexto» (Herrera Flores, 2008), es decir, deben

pensarse desde el marco tangible del bienestar de las personas, la integración social y las relaciones de paz. Dichos derechos constituyen un marco muy potente dado que han sido universalmente aceptados por muchos países. A su vez, las organizaciones se apropian de este marco para pensar cómo las estructuras patriarcales, capitalistas y coloniales que nos dominan obstruyen habitualmente el ejercicio de tales derechos. La propia ideología del «desarrollo» también se puede criticar desde este marco por cuanto no existe un modelo de desarrollo único, sino más bien una conceptualización que debe partir de las estructuras y condiciones que permiten (o limitan) el ejercicio de estos derechos, y que son la base para la vida buena y la convivencia entre los seres humanos.

Con el paso del tiempo, también han ido emergiendo discusiones sobre derechos que ya ni siquiera afectan al individuo aisladamente, sino que atañen al actuar de colectivos, organizaciones, entornos naturales u organismos supranacionales. En este sentido, se habla de «derechos emergentes» e incluso de una Tercera y Cuarta generación de derechos que aún se reivindican y, a lo sumo, han comenzado a plasmar-se en algunas cartas y convenciones internacionales, sin ser consideradas aún obligatorias o vinculantes. Dentro de la Tercera Generación se sitúan derechos como el derecho a la paz, a la identidad cultural, a la justicia internacional o a la cooperación para mitigar conflictos. Por último, hay corrientes que sostienen la existencia de una Cuarta Generación de derechos, que han comenzado a discutirse a finales de siglo XX como consecuencia de la rápida expansión tecnoló-

gica. Dentro de estos derechos se incluirían debates como el de la educomunicación y el derecho a la formación en nuevas tecnologías, la seguridad digital, la apropiación a las TIC en condiciones de igualdad, o el acceso al espectro radioeléctrico y a las propias infraestructuras de comunicación (ej. cable, satélite, TDT, etc.). Al respecto, es relevante citar la reciente sentencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos sobre el caso «Pueblos Indígenas Maya Kaqchikel de Sumpango y otros *vs.* Guatemala» (Corte IDH, 2021), según la cual los Estados tienen el deber de adoptar las medidas necesarias para que todos los segmentos de la población puedan acceder y participar de la comunicación pública. Esta sentencia busca que los medios estén abiertos a todas las personas sin discriminación, para que «no haya individuos o grupos que, *a priori*, estén excluidos». Para ello, promueve la existencia de servicios de comunicación audiovisuales tanto comerciales, como públicos y comunitarios, incluyendo, además, medios de los pueblos originarios.

En este contexto, el TSC no debe limitarse a defender los derechos ya consensuados y aprobados, sino que también debe conectarse con un conjunto de debates emergentes y las nuevas demandas y valores sociales que aún no han sido reconocidos en leyes, cartas o constituciones. Estos debates son abanderados por organizaciones de la sociedad civil y suscitan reflexiones de importante calado en el campo del periodismo y la comunicación: desde la idea de que los medios tienen que trabajar por asentar imaginarios que desafíen el capitalismo y se orienten a la redistribución de recursos económicos y culturales, a trabajos que invitan

a los medios a deconstruir valores que poco han contribuido a dignificar la vida como el individualismo, la competitividad o la visión de la naturaleza como un simple recurso al servicio de los seres humanos.

Por último, los Derechos Humanos constituyen la base de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que son un llamado internacional a poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que en 2030 todas las personas disfruten de paz y prosperidad. Para ello, se ha establecido una agenda de 17 objetivos y 169 metas, denominada Agenda 2030. El TSC tiene un rol importante que jugar tanto para la promoción de esta agenda en los territorios —que tiene muchos puntos en común con los principios que orientan el trabajo del tercer sector— como respecto de ella misma como beneficiaria de algunos objetivos de dicha agenda, tales como el trabajo decente (Objetivo 8), la innovación (objetivo 9), la reducción de las desigualdades (objetivo 10) o las ciudades sostenibles (objetivo 11). Destacamos como ejemplo de esta sinergia entre ODS y TSC el proyecto Onda ODS (<https://ondaods.org/>), impulsado por 5 agentes locales y comunitarios del panorama mediático español: EMAR-TV, EMUGA, ReMC, RTVC y XTVL. Su objetivo es llevar a cabo una estrategia de comunicación desde los territorios que sensibilice a la ciudadanía y fomente la reflexión y el debate alrededor de estos retos transversales para los habitantes del país. Esto se ha traducido, por ejemplo, en la realización de actividades formativas para la comunicación y el manejo de herramientas radiofónicas y audiovisuales para vecinos y vecinas de diversos municipios.

4. Referencias

- Acosta, A.; Martínez, E. (eds). *Desarrollo, postrecimiento y Buen Vivir: Debates e interrogantes*. Quito: Ediciones Abya Yala.
- Arévalo, A.; Al Najjar, T.; Vilar, G. (2020). Medios informativos alternativos y economía solidaria en España. *Psicoperspectivas*, 19(2), 81-93. <https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol19-Issue2-fulltext-1939>
- Barranquero, A. (coord.) (2015) *Juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud y FAD. https://jovenesytercersector.files.wordpress.com/2016/01/juventud_tercer_sector_comunicacion.pdf
- Barranquero, A.; Candón, J. (2021). 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. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 137, e71863. <https://doi.org/10.5209/reve.71863>
- Cagé, J. (2016). *Salvar los medios de comunicación*. Barcelona: Anagrama.
- Castro-Gómez, S.; Grosfoguel, R. (Eds.). (2007). *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Clua, A. (2011). Els mitjans comunitaris. La lluita pel reconeixement de les ràdios i televisions de base social (pp. 307-314). M. de Moragas et al. (eds.), *Informe de la comunicació a Catalunya 2009-2010*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- 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. En *Pensamiento crítico, comunicación y cultura. I Congreso Nacional ULEPICC-España*, Sevilla. URL: https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/58267/Clua&Garcia&Fernandez_unlocked.pdf
- CoE, Consejo de Europa (2008). Promoting social cohesion. The role of community media. URL: <https://rm.coe.int/1680483b32>
- Corte IDH (2021). Caso Pueblos Indígenas Maya Kaqchikel de Sumpango y otros vs. Guatemala. Sentencia de 6 de octubre de 2021. https://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec_440_esp.pdf
- Crenshaw, K. (1991). Mapping the margins: intersectionality, identity politics, and violence against women of color. *Stanford Law Review*, 43 (6), 1241-1299.
- Downing, J.D. (2001). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Escobar, A. (2018). *Otro posible es posible: caminando hacia las transiciones desde Abya Yala/Afrolatino-América*. Bogotá: Desde Abajo.
- Esteban, M.L. (2017). Los cuidados, un concepto central en la teoría feminista: aportaciones, riesgos y diálogos con la antropología. *Quaderns-e*, 22(2), 33-48.

- Fabregat, A. (2014). *Hacia un modelo alternativo de periodismo. Análisis estructural de los medios de comunicación Diagonal, La Directa, La Marea y ElDiario.es*. TFG no publicado. Universitat Jaume I.
- Fleischman, L.; Reguero, N.; Sáez, C. (2009) Políticas de comunicación y sustentabilidad del tercer sector de la comunicación: el caso catalán en el contexto español y europeo (pp. 377-405). En *Actas del VII Congreso Internacional de ULEPICC: Políticas de cultura y comunicación: creatividad, diversidad y bienestar en la Sociedad de la Información*. Vol. 1. ULEPICC. http://www.medioscomunitarios.net/barcelona/IMG/pdf/Ulepicc09_TSC_VF2.pdf
- García García, J. (2017) Transformaciones y aprendizajes de las radios comunitarias en España: Hacia un modelo de radio inclusiva. *Disertaciones*, 1(1), 30-41. DOI: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.4535>
- Herrera Flores, J. (2008). *La reinención de los Derechos Humanos*. Sevilla: Atrapasueños.
- Herrera, E.; Sierra, F.; Del Valle, C. (2016). Hacia una Epistemología del Sur. *Decolonialidad del saber-poder informativo y nueva Comunicología Latinoamericana*. Una lectura crítica de la mediación desde las culturas indígenas. *Chasqui*, 131, 77-105.
- Latouche, S. (2012). *La sociedad de la abundancia frugal: contrasentidos y controversias del decrecimiento*. Madrid: Icaria.
- Lemus Pool, C. (2022). *Estructura de los medios de comunicación del Tercer Sector (TS) en México. Estrategias y modelos organizacionales y de sostenibilidad*. Tamaulipas, México. Universidad Autónoma de Tamaulipas.
- Mayugo, C. (2005). Hacia otro modelo de sistema televisivo en la era de la comunicación global. *Comunicar*, 25(1), 91-99.
- Pickard, V.; Stearns, J. (2011). New Models emerge for community press. *Newspaper Research Journal* 32 (1), pp. 46-62.
- 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. Universidad Autónoma de Barcelona. Tesis doctoral no publicada.
- Sáez Baeza, Ch. (2011). Lo público más allá de lo institucional: identidad, diversidad y tercer sector de la comunicación, en León, B. (Coord.): *La televisión pública a examen* (pp. 174-188). Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.