

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 3

Título del Capítulo

«El Tercer Sector de la Comunicación en la Historia de la Comunicación y el Periodismo»

Autoría

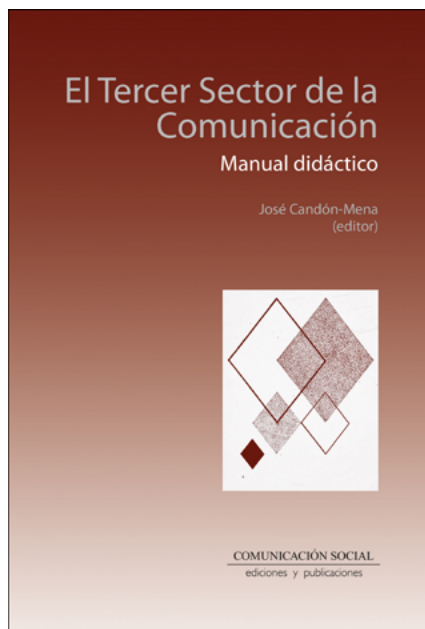
Daniel Moya López; Cora Cuenca

Cómo citar este Capítulo

Moya López, D.; Cuenca, C. (2023): «El Tercer Sector de la Comunicación en la Historia de la Comunicación y el Periodismo». 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/c3.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

El Tercer Sector de la Comunicación en la Historia de la Comunicación y el Periodismo

Daniel Moya López
Universidad de Sevilla

Cora Cuenca
Universidad de Sevilla

1. Introducción

Durante mucho tiempo uno de los problemas a los que se ha enfrentado el Tercer Sector de la Comunicación (en adelante TSC) ha sido la ausencia de definición para un movimiento caracterizado por su heterogeneidad. En los últimos lustros se han logrado avances importantes, sobre todo porque a nivel académico ha aumentado su cobertura (Sáez; Barranquero, 2021), pero también porque a nivel legislativo se ha contado con un relativo reconocimiento, bastante más avanzado en América Latina que en España dentro del mundo hispanohablante.

Incluir el TSC dentro de los programas de las asignaturas de Historia de la Comunicación o el Periodismo tiene como potencial el abordaje de modelos no hegemónicos, alternativos y que aumentan la diversidad frente a los medios masivos, ampliamente abordados desde casi todas las transversalidades de los planes de estudios.

Además, el propio origen del TSC está muy ligado a un contexto histórico muy determinado y relevante, de manera específica en la segunda mitad del siglo

XX. Hablamos de un tiempo caracterizado por el choque de mentalidades, con la irrupción de los Nuevos Movimientos Sociales, que establecen una preocupación de los flujos comunicacionales. La Historia de la Comunicación ha de dar cabida a esta tipología de medios, fruto de una respuesta al contexto histórico que determina la segunda mitad del siglo XX.

Hasta el momento, el TSC no ha logrado encontrar un espacio consolidado dentro del campo de la Historia de la Comunicación ni tampoco en el de la Historia del Periodismo. Su presencia en los principales manuales es escasa, aunque presenta una todavía bastante tímida mejora. Tampoco en los planes de estudio la situación es mejor. El TSC no posee un espacio propio, quedando sujeto a la voluntad e iniciativa del docente presentar estos modelos de comunicación no hegemónicos. Su inclusión pasa por desafiar algunos paradigmas de la comunicación partiendo de la propia definición de estos medios, que no entran en la división clásica entre lo estatal y lo privado (Jerez; Revilla, 2012).

Estamos, pues, ante el reto de un campo de estudios que debe avanzar más allá de la década de los noventa para empezar a incluir el principio del final, en provecho de los primeros esfuerzos historiográficos por abordar también la prensa digital y su naciente historia.

2. Breve historia del TSC en España

La dictadura franquista cercenará cualquier posibilidad de existencia de medios pertenecientes al Tercer Sector en un ecosistema en el que la división era

tripartita: medios estatales (RTVE y Agencia EFE), la Cadena de Prensa del Movimiento (Falange Española) y medios pertenecientes a empresas periodísticas privadas. La Ley de Prensa de 1966 será la que inicie una transición periodística en tanto que rebaja el nivel de presión en lo que a creación de empresas periodísticas se refiere. Sin embargo, la existencia de la censura —y sobre todo de la autocensura— serán fenómenos que limiten notablemente las posibilidades del TSC. El contexto político se establecía como barrera al nacimiento de los llamados medios libres (Reguero, 2017), que ya tenía lugar en otros países europeos como Italia, Francia e Inglaterra.

García García (2014) señala la existencia de algunos medios alternativos en el tardofranquismo como *El Rollo Enmascarado*, *Ajoblanco* o *STAR*, todas contestatarias desde la clandestinidad. La llegada de la democracia liberal, en realidad, supondrá un contexto propicio para la proliferación de nuevas publicaciones en un tiempo marcado por la efervescencia popular. Los medios de comunicación locales vivirán un auge. No solo aquellos incentivados por los ayuntamientos, sino también aquellos editados por asociaciones culturales de los municipios. Un claro caso se encuentra en la provincia de Sevilla (Checa Godoy *et al.*, 2022).

Durante la Transición Española, además del rol referencial de las publicaciones en papel, que en el caso del TSC hace referencia a periodicidades distintas a la diaria, debe destacarse el movimiento social de las Radios Libres. El nacimiento de Radio La Voz del Pobre en Madrid o Radio Maduixa en Granollers (Barcelona) supondrá una alternativa radiofónica colectiva, que

hizo frente, entre otras cuestiones, al referéndum del PSOE para la pertenencia en la OTAN (Pérez Martínez, 2015). El movimiento de las Radios Libres se engendró dentro de una subcultura alternativa cercana a la izquierda radical (Pérez Martínez, 2020) y se situó frente a la desmovilización de la ciudadanía, resultado de la institucionalización de la izquierda. Las radios libres se encontraron con la oposición gubernamental, tanto de UCD como del PSOE, que establecían como límite la necesidad de la concesión del gobierno, dado que el espectro radiofónico es titularidad del Estado (García-Gil; Gómez-García; Reguero Sanz, 2018).

La concesión era una posibilidad dentro del Plan Técnico Transitorio del Servicio Público de Radiodifusión sonora en Frecuencia Modulada aprobado en 1979, aunque en la práctica quedó fuera del alcance de las radios libres ante la elevada exigencia de los requisitos, inasumibles económicamente (Prado, 1981). El plan guarda inevitable similitud con el establecimiento de la libertad de prensa decimonónica previo pago de arancel o timbre para obtener la licencia, lo que de una tacada excluía a las clases populares de la oportunidad de poseer sus propios medios de comunicación (Sánchez Aranda, 2008), condenados a la clandestinidad.

La llegada del PSOE al gobierno en 1982 frenó las posibilidades del movimiento de radios libres al no haber voluntad política para su regularización, al contrario de lo que ocurría en Francia, donde fueron regularizadas en 1982 (Pérez Martínez; Reguero, 2021). Una actitud paralela al análisis que Martín (2018: 57-58) hará de las potencialidades fracasadas de la

Constitución como cobijo a una economía tendente al socialismo frente a la economía de mercado: «Lo que ocurrió, sin embargo, es que esa potencialidad encerrada en la Constitución fue sepultada a manos de quienes más la habían invocado». En este sentido, si la Carta Magna recogía el acceso de la ciudadanía a los medios de comunicación, la potencialidad ha fracasado en tanto que la legislación posterior ha ido postergando al ciudadano a ser un receptor históricamente pasivo.

En realidad, el PSOE fue cauteloso en lo que a la regulación del sector mediático se refiere. No solo porque las primeras concesiones de televisión privada de carácter comercial en España llegaron siete años después de que el Tribunal Constitucional dictaminara que tenían encaje constitucional (1982-1989), sino también en la subasta que privatizaba los Medios de Comunicación Social del Estado (MCSE), antigua Cadena de Prensa del Movimiento. El sector privado comercial se benefició frente a la propuesta de democratización y regionalización, descartada por el gobierno socialista, presentada por los trabajadores (Bustamante, 1982). Tan solo un medio siguió un modelo cooperativo entre trabajadores y empresarios locales, fue el malagueño *Sur*,¹ que sería vendido en 1990 al Grupo Correo. El resto fomentó la concentración mediática y en algunos casos supuso que algunos periódicos permanecieran en la órbita de partidos po-

¹ No puede ser catalogado dentro del TSC puesto que tenía una finalidad lucrativa y no funcionaba como un medio abierto a la participación ciudadana en condiciones de igualdad.

líticos como el PSOE a través de la sociedad Mundiación (Fuentes; Fernández Sebastián, 1997).

Serán años de deseos de apertura por parte de un sector de la población. Deseos que acaban chocando contra un orden superior, en este caso un neoliberalismo y globalización creciente. El *Informe McBride* (1980) y las reacciones al mismo lideradas por los Estados Unidos y Reino Unido de Ronald Reagan y Margaret Thatcher en esa escalada neoliberal serán el punto de partida. La existencia de la desigualdad a nivel comunicativo, no solo dentro de un mismo país o entorno, sino a nivel mundial, ya era algo visible. La década de los ochenta serviría para fraguar corporativamente este deseo ciudadano por medios de comunicación alternativos. En 1983, en el mismo año en que se creaba la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), se firmaba en España el Manifiesto de Villaverde, que cristalizaba el movimiento de las radios libres. Poco más tarde, en 1987, se creaba la Federación Europea de Radios Libres (FERL). Para 1989, y desde inicios de la Transición, tan solo dos emisoras libres obtuvieron licencias para emitir: Radio Klara en Valencia y Federación de Radios Libres de la Comunidad de Madrid (Pérez Martínez; Reguero, 2021).

También en la década de los ochenta, concretamente en 1981, se dará la primera experiencia de televisión alternativa con TV Cardedeu en Cataluña. También en Andalucía en Sanlúcar de Barrameda o Jerez de la Frontera, con Onda Jerez en 1989. De hecho en Andalucía se creará en 1984 la Asociación de Emisoras Municipales y Comunitarias de Andalucía (EMA-

RTV), consolidada en la actualidad. En Madrid la primera emisora de televisión comunitaria será Tele K, que emite en Vallecas desde 1993. No obstante, la proliferación de medios alternativos irá reduciéndose a la vez que se reconvierten en modelos de comunicación privados o son absorbidos por la administración pública local (Sáez, 2008).

El fenómeno del TSC bebe de los Nuevos Movimientos Sociales (NMS) de la década de los sesenta, entre ellos el mayo del 68 o el movimiento hippie, respuestas a la inercia de globalización. Una oleada cuyo enfoque cognitivo lleva a algo más profundo, a la identificación del sujeto con el colectivo, donde se siente agrupado y refuerza al movimiento en su unidad (Fernández Buey, 1994). Estas experiencias libres, comunitarias, alternativas fomentan el valor de lo colectivo, de la cooperación frente a unas dinámicas mundiales cada vez más individualizadas, especialmente visibles en los procesos de desmovilización a partir de los ochenta.

La consolidación de la economía de mercado en España con la democratización liberal asienta el nuevo ecosistema mediático español, ya con la televisión privada de carácter comercial en liza tras las primeras concesiones de licencia en 1989. Habrá grandes grupos de comunicación como Grupo PRISA, Prensa Española, Grupo Correo (ambos fusionados en Vocento desde 2001), Grupo Godó, Grupo Zeta o Prensa Ibérica (que compra Zeta en 2019). Fuera de ahí, la existencia en el sector de la comunicación se torna hostil, especialmente por la ausencia de una regulación política que diera cabida a los medios del Tercer

Sector (García García, 2014). En 2010 llegó la primera regulación que reconocía a los medios del Tercer Sector con la Ley de Comunicación Audiovisual, si bien ha tenido escaso impacto al no traducirse en una concesión de licencias (Meda, 2014). En este sentido, la concesión de licencias de emisión por parte de los distintos gobiernos a favor de proyectos cuyas empresas ya poseían otras licencias supone un apoyo a la concentración mediática y reduce las posibilidades de pluralismo en los medios de comunicación, situación de la que ya advertiera Bustamante (1982).

En la década de los noventa, la administración pública cambia su estrategia con las radios libres o comunitarias. Hay una aceptación tácita, sin tantas sanciones como sucedía en los setenta y ochenta, pero aún sin reconocimiento legal y, por tanto, relegando a estos medios a la precariedad (García García, 2013). Los noventa será una década de reinención y renovación para el movimiento de las radios libres, con la aparición de emisoras que perviven hoy (García García, 2013).

La aparición de internet y la posibilidad de alojar medios en el soporte digital dará impulso a los medios alternativos. Principalmente por la inexistencia de límites normativos al no ser la Red de titularidad estatal, pero también por los menores costes de producción que conlleva internet. Las radios lograrán implantarse en la web y además existirá la posibilidad de llevar a cabo prensa escrita de forma digital. Las voces se multiplican, pero el TSC permanece fragmentado a gran escala, si bien la fragmentación es una característica propia de toda la prensa digital (Negredo;

Martínez-Costa, 2021). De hecho, estas mayores posibilidades y revitalización cuantitativa no han significado la recuperación de la incidencia social que el movimiento tuvo en la década de los ochenta (García García, 2017).

No es hasta los años 2007 y 2008 que las instituciones europeas (Consejo de Europa y Parlamento Europeo) reconocerán a los medios alternativos (Reguero; Scifo, 2010). A partir de ahí siguieron una serie de declaraciones y recomendaciones por parte de los organismos europeos en favor del TSC (García García; Lema-Blanco, 2021), aunque con poco impacto en la práctica por su carácter no vinculante.

De todos los proyectos, ha logrado especial penetración en la sociedad el nacimiento de *El Salto*, medio comunitario conformado por otros medios más pequeños y que se edita en papel con periodicidad mensual, pero que sobre todo cuenta con su soporte digital, *El Salto Diario*. También destaca otro modelo cooperativo entre los nativos digitales, como es el caso de *La Marea*. Otros casos como el de *La Última hora!*, con un discurso contrahegemónico frente a los medios de comunicación, juegan un rol de prensa de partido, en este caso de Podemos (Nogales-Bocio *et al.*, 2022), y no deben ser incluidos en el TSC.

A nivel corporativo, apenas en el año 2009 se constituyó la Red de Medios Comunitarios (ReMC) en España, conformada principalmente por emisoras de radio y que parte del reconocimiento de los Derechos Humanos y principios democráticos de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. En resumen, el proceso histórico de los medios del TSC en

lo que a cooperación y creación de redes entre ellos, puede observarse desde un paso por la búsqueda del reconocimiento institucional en los primeros años de la democracia, una cooperación y red operativa para mejorar la funcionalidad de los distintos medios y, finalmente, en el siglo XXI, la conjugación de ambas más la suma de una sostenibilidad económica a través de vías de financiación colectivas (Bergés; Ramos, 2021).

3. Propuesta de inclusión del TSC en la Historia de la Comunicación

Para incluir el TSC en los estudios de comunicación proponemos:

1. Profundizar en los antecedentes de lo que actualmente conocemos como TSC, así como en la idea de lo contrahegemónico. Un buen material podría ser exponer en clase el Manifiesto de Villaverde de 1983, punto de partida para el movimiento de Radios Libres, y en el que se conceptualiza en qué consisten. Acerca del mismo movimiento, un buen recurso bibliográfico es la obra recientemente publicada por Pérez Martínez (2022).
2. Conocer los comienzos del TSC en España, los motivos de su surgimiento, su modelo de negocio y su alcance y relevancia. Proponemos incorporar a los programas y proyectos de las asignaturas de historia el estudio de los proyectos de comunicación alternativos después de la muerte de Franco, que suponen el germen del TSC tal y como lo

conocemos ahora (además de medios clandestinos durante el régimen). El análisis del sistema de medios en España, desde su historia en la década de los setenta y ochenta, gana con la inclusión de estas preocupaciones ciudadanas y estas iniciativas mediáticas alternativas.

3. Introducir en el análisis de los cambios legislativos producidos en España en materia de comunicación desde 1975 el debate sobre las posibilidades del TSC de manera que pueda observarse su ausencia en la regulación y los pasos dados en las últimas décadas al respecto.
4. Impulsar el conocimiento histórico acerca de los cambios tecnológicos que se han producido en España en los últimos treinta años y cómo estos han afectado a la forma de desempeñar el ejercicio periodístico.
5. Analizar, desde el pensamiento complejo, las razones del surgimiento de medios alternativos en momentos determinados como crisis económicas, emergencias sanitarias o conflictos armados, intentando inferir qué significa.
6. Trabajar, a través de exposiciones o proyectos de investigación, sobre medios del TSC. Se estudiará el modelo empresarial de estos medios, profundizando en su naturaleza, horizontal y asamblearia, así como en el hecho de que esta organización también influirá en la forma en que el medio comunica y en que la información llega a los consumidores. Estudiar cuáles son los temas más abordados por estos medios y qué cercanía o distancia guarda con la *agenda-setting*.

El objetivo de esta propuesta es aumentar el foco sobre modelos no hegemónicos de medios de comunicación que también forman parte de la Historia. No se trata, ni mucho menos, de sustituir toda la historiografía al respecto, simplemente de abrir nuevas menciones y miradas que son complementarias, al igual que los medios del TSC no sustituyen a los grandes medios masivos, sino que complementan el relato de estos. De esta manera, y a modo de cierre, se amplían los horizontes del alumnado para que contemple un abanico de posibilidades que vaya más allá del modelo comunicacional hegemónico, también pensando en sus aspiraciones laborales futuras.

4. Referencias

- Bergés, L.; Ramos, J. (2021). Participación, sostenibilidad y redes del tercer sector de la comunicación. En Barranquero, A.; Sáez, C. (coords.). *La comunicación desde abajo: historia, sentidos y prácticas de la comunicación alternativa en España* (pp. 189-221). Gedisa.
- Bustamante, E. (1982). *Los amos de la información*. Akal.
- Checa Godoy, A.; Langa-Nuño, C.; Espejo-Cala, C.; Montoya, M.C., (2022). *Historia del periodismo local en la provincia de Sevilla: contra el olvido de la prensa cercana*. Comares.
- Fernández Buey, F. (1994). Hacia un marco teórico para el estudio de los nuevos movimientos sociales. En Fernández Buey, F.; Riechmann, J. (eds.). *Redes que dan libertad. Introducción a los nuevos movimientos sociales* (pp. 3-18). Paidós.
- Fuentes, J.F.; Fernández Sebastián, J. (1997). *Historia del Periodismo Español: prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*. Síntesis.
- García García, J. (2013). Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en España. *adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, 5, pp. 111-131.
- García García, J. (2014). Breve historia del Tercer Sector de la Comunicación en España. En Lema-Blanco, I.; Barranquero, A. (coords.). *La juventud española y los medios del Tercer Sector de la*

- Comunicación* (pp. 17-19). Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud.
- García García, J. (2017). Transformaciones y aprendizajes de las radios comunitarias en España: hacia un modelo de radio inclusiva. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social «Disertaciones»*, 10 (1), pp. 30-41.
- García García, J., Lema-Blanco, I. (2021). Regulación y políticas para la comunicación alternativa en España: una evaluación crítica. En Barranquero, A., Sáez, C. (coords.). *La comunicación desde abajo: historia, sentidos y prácticas de la comunicación alternativa en España* (pp. 161-187). Gedisa.
- García-Gil, S.; Gómez García, S.; Reguero Sanz, I. (2018). Espacios alternativos de libertad durante la Transición. Breve historia de las radios libres en España (1976-1983). *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 1179-1210.
- Jérez, A.; Revilla, M.L. (2012). El tercer sector: una revisión introductoria a un concepto polémico. *Sociedade Em Debate*, 4 (2), pp. 3-22.
- Martín, S. (2018). Las dos sepulturas del Estado «social y democrático» en España. En Escudero, R.; Martín, S. (coords.). *Fraude o esperanza: 40 años de la Constitución* (pp. 39-62). Akal.
- McBride, S. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples*. Unesco.
- Meda González, M. (2014). El estado actual de los medios del Tercer Sector en España. En Lema-Blanco, I., Barranquero, A. (coords.). *La juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación* (pp. 19-21). Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud.
- Negredo, S.; Martínez-Costa, M.P. (2021). «Tipos de medios digitales: plataformas, alcance geográfico, lenguas y grupos empresariales». En: Salaverría, R.; Martínez-Costa, M.P. (eds.). *Medios nativos digitales en España. Caracterización y tendencias* (pp. 35-54). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. DOI: <https://doi.org/10.52495/c2.emcs.7.p92>
- Nogales-Bocio, A.I.; Sánchez-Gutiérrez, B.; Moya López, D.; Pineda, A. (2022). Nuevos medios digitales, periodismo y propaganda: La Última Hora y el resurgir de la prensa de partido en España. En Sánchez Gonzales, H. (coord.). *La digitalización en el periodismo: transformación, retos y oportunidades* (pp. 103-124). Gedisa.
- Pérez Martínez, J.E. (2015). ¿Se nos oye? mujeres y radios libres durante la Transición Española (1976-1986). En Folguera, P; Pereira Castañares, J.C., García García, C., Izquierdo Martín, J., Pallol Trigueros, R., Sánchez García, R., Sanz Díaz, C., Toboso Sánchez, P. (coords.). *Pensar con la historia desde el siglo XXI actas del XII Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea* (pp. 3553-3570). UAM.
- Pérez Martínez, J.E. (2020). Representaciones de lo alternativo en el Madrid del tránsito a la democracia. El caso de la (contra) cultura mediática de las radios libres (1976-1989). *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 15, pp. 87-105.
- Pérez Martínez, J.E. (2022). *La voz*

- de las sin voz. El movimiento de radios libres entre la Transición y la época socialista (1976-1989)*. Silex Ediciones.
- Pérez Martínez, J.E.; Reguero, N. (2021). Libres y comunitarias. Medio siglo de radio alternativa en España (1976-2020). En Barranquero, A.; Sáez, C. (coords.). *La comunicación desde abajo: historia, sentidos y prácticas de la comunicación alternativa en España* (pp. 71-97). Gedisa.
- Prado, E. (1981). *Estructura de la información radiofónica*. ATE.
- Reguero, N. (2017). Polítiques públiques i sostenibilitat dels mitjans lliures a Amèrica Llatina i la unió europea. De les ràdios lliures als comuns digitals [Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona].
- Reguero, N.; Scifo, S. (2010). Community media in the context of European media policies. *Tele-
matics and Informatics*, 27 (2), pp.131-140.
- Sáez, C. (2008). *Tercer sector de la comunicación. Teoría y praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela* [Tesis doctoral: Universitat Autònoma de Barcelona].
- Sáez, C.; Barranquero, A. (2021). Genealogía conceptual de la comunicación alternativa en el debate internacional comparado. En Barranquero, A.; Sáez, C. (coords.). *La comunicación desde abajo: historia, sentidos y prácticas de la comunicación alternativa en España* (pp. 35-69). Gedisa.
- Sánchez-Aranda, J. J. (2008). Evolución de la prensa en los principales países occidentales. En Barrera, C. (coord.). *Historia del periodismo universal* (pp. 77-118). Ariel.