



**Universitat Autònoma
de Barcelona**

POSTGRAU EN ECONOMIA SOCIAL I SOLIDÀRIA
TREBALL FINAL

**EL MARC TEÒRIC DE LA COMUNICACIÓ ALTERNATIVA
COM A PUNT DE PARTIDA PER DEFINIR
UNA ESTRATÈGIA COMUNICATIVA A L'ESS**

Núria Martínez Ruiz

Curs acadèmic
2020/2021

Data de presentació de la memòria:
Juliol 2021

TUTOR DEL TREBALL: Eudald Griera Llonch

Resum executiu

Quan cal recórrer a la teoria de la comunicació, normalment es fa des de la perspectiva clàssica, aquella que és estudiada i validada per l'acadèmia. No obstant això, existeixen altres teories de la comunicació amb perspectiva alternativa que, malgrat no tenir tanta rellevància acadèmica, són igual de vàlides i fins i tot poden arribar a ser de major interès per tractar-se de la comunicació que les classes populars i els moviments socials han usat per a difondre les idees de l'interès general i per a reivindicar els seus drets.

Aquest treball, mitjançant una recerca bibliogràfica principalment, pretén estructurar el marc teòric de la comunicació alternativa des d'una perspectiva comparada entre Europa i Amèrica Llatina i analitzar quins són els paral·lelismes entre el model de comunicació alternativa i l'Economia Social i Solidària a Catalunya, un model d'economia alternativa en creixement. En aquesta anàlisi, veurem com aquests dos models es troben de manera natural tot i que l'Economia Social i Solidària no tingui un marc teòric comunicatiu ben definit. Aquest treball pretén contribuir, d'alguna manera, a la definició d'aquest nou marc teòric a partir d'una aproximació teòrica de la comunicació alternativa a l'Economia Social i Solidària. Aquesta estructura permetrà treballar en una estratègia comunicativa conjunta que transversalitzï la comunicació en tot el moviment i reforci la necessitat d'articular un discurs alternatiu, crític, participatiu i comunitari des de la perspectiva comunicativa.

Resumen ejecutivo

Cuando hay que recurrir a la teoría de la comunicación, normalmente se hace desde la perspectiva clásica, aquella que es estudiada y validada por la academia. Sin embargo, existen otras teorías de la comunicación con perspectiva alternativa que, a pesar de no tener tanta relevancia académica, son igual de válidas e incluso pueden llegar a ser de mayor interés por tratarse de la comunicación que las clases populares y los movimientos sociales han usado para difundir las ideas del interés general y para reivindicar sus derechos.

Este trabajo, mediante una investigación bibliográfica principalmente, pretende estructurar el marco teórico de la comunicación alternativa desde una perspectiva comparada entre Europa y América Latina y analizar cuáles son los paralelismos entre el modelo de comunicación alternativa y la Economía Social y Solidaria en Cataluña, un modelo de economía alternativa en crecimiento. En este análisis, veremos cómo estos dos modelos se encuentran de manera natural a pesar de que la ESS no tenga un marco teórico comunicativo bien definido. Este trabajo pretende contribuir, de alguna manera, a la definición de este nuevo marco teórico a partir de una aproximación teórica de la comunicación alternativa a la Economía Social y Solidaria. Esta estructura permitirá trabajar en una estrategia comunicativa conjunta que transversalice la comunicación en todo el movimiento y refuerce la necesidad de articular un discurso alternativo, crítico, participativo y comunitario desde la perspectiva comunicativa.

Abstract

When it comes to communication theory, it is usually approached from the classical perspective, the one that is studied and validated by academia. However, there are other communication theories with an alternative perspective that, despite not having as much academic relevance, are just as valid and may even be of greater interest because they deal with the communication that the popular classes and social movements have used to disseminate ideas of general interest and to claim their rights.

This paper, mainly through bibliographic research, aims to structure the theoretical framework of alternative communication from a comparative perspective between Europe and Latin America and to analyse the parallels between the alternative communication model and the Social and Solidarity Economy in Catalonia, a growing alternative economy model. In this analysis, we will see how these two models meet in a natural way despite the fact that the SSE does not have a well-defined communicative theoretical framework. This paper aims to contribute, in some way, to the definition of this new theoretical framework based on a theoretical approach of alternative communication to the Social and Solidarity Economy. This structure will allow us to work on a joint communication strategy that transversalises communication throughout the movement and reinforces the need to articulate an alternative, critical, participatory and communitarian discourse from a communicative perspective.

Índex

Resum executiu	2
Introducció	5
Marc teòric	8
1. Context històric de la teoria de la comunicació clàssica	8
2. El paradigma europeu i llatinoamericà	10
2.1. Comunicació pel desenvolupament.....	10
2.1.1. <i>Els tres enfocaments</i>	10
2.1.2. <i>Comunicació pel desenvolupament al territori espanyol</i>	11
2.2. Polèmica del terme desenvolupament i model participatiu.....	12
3. La comunicació alternativa	14
3.1. La dificultat de definir-la	14
3.2. Investigació i educació	15
3.2.1. <i>Influència de les teories crítiques</i>	16
3.2.2. <i>Investigació espanyola i catalana en teoria crítica</i>	17
3.2.3. <i>La recerca catalana en mitjans locals</i>	19
3.3. Característiques principals de la comunicació alternativa.....	20
3.3.1. <i>Participació i transformació</i>	21
3.3.2. <i>Autonomia i independència dels mitjans alternatius</i>	22
3.3.3. <i>Els mitjans digitals alternatius</i>	23
3.3.4. <i>Governança democràtica, autogestió i transparència</i>	25
3.3.5. <i>Continguts</i>	25
3.3.6. <i>Distribució i finançament</i>	26
3.3.7. <i>Intercooperació, xarxes i col·laboració</i>	27
3.3.8. <i>Cultura Local</i>	27
3.3.9. <i>Identitats</i>	28
4. La comunicació alternativa i ESS a Catalunya	30
4.1. Paral·lelismes teòrics entre comunicació alternativa i ESS	30
4.2. El paper de la comunicació alternativa en el marc teòric de l'ESS.....	33
4.2.1. <i>Marc regulador</i>	33
4.2.2. <i>Eines d'avaluació</i>	34
4.2.3. <i>Educació acadèmica reglada</i>	35
Conclusions del marc teòric	36
Limitacions del treball realitzat i possible línia de recerca	38
Referències bibliogràfiques	40

Introducció

La creixent onada repressiva en termes de llibertat d'expressió en què es troba Catalunya i el conjunt de l'estat en aquests moments posa de manifest, més que mai, la importància d'una comunicació alternativa que estigui al servei de les classes populars i no del capital (i l'estat). Si tirem la mirada una mica enrere per entendre on es produeix aquesta reacció per part del poder, cal fixar-se especialment en el moviment 15M i les reaccions materials que comporta.

En aquest sentit les modificacions de la Llei Orgànica de Protecció de la Seguretat Ciutadana de 2015 (LOSC) coneguda com a "lleï mordassa" i les modificacions de l'article 578 del Codi nascudes en un context de forta agitació social tenien una voluntat clara de desmobilitzar als moviments socials sorgits del 15M i a la població que sentia empatia envers aquests. Cal recordar que durant el temps que va durar l'ocupació d'espais públics com Plaça Catalunya o Puerta del Sol, un estudi elaborat per Havas Media¹ el juny de 2011 va posar en relleu que un 81,37% de la població recolzava el moviment. Fins i tot l'estudi va revelar que un 60% de les persones votants conservadores de les eleccions prèvies també donaven suport a d'alguna o altra manera el moviment. El mateix estudi també va deixar entreveure que en termes de comunicació pel que fa a les persones més joves (18-24 anys) les xarxes socials (Twitter i Facebook principalment) i la premsa digital esdevenien les fonts d'informació bàsiques pel 82% de joves a l'hora d'informar-se sobre el moviment.

Vist en perspectiva, segurament es pot afirmar que el 15M va ajudar a consolidar les xarxes socials i els mitjans digitals alternatius com a fonts comunicacionals i d'informació a l'Estat espanyol.

En termes de comunicació alternativa, l'any 2011 és doncs un moment clau en què iniciatives anteriors al 15M i projectes sorgits del mateix moviment, convergeixen i comencen una etapa d'enfortiment i disputa del terreny als mitjans tradicionals públics i privats-comercials. A grans trets podem esmentar iniciatives autogestionàries en comunicació (Radio ELA, Emisora Libre Autogestionada, Cuellilargo o Metromuster) experiències cooperatives i intercooperatives (La Directa, El Crític, El Salto Diario...), i la creació d'organitzacions polítiques entorn de la comunicació alternativa com la Red de Medios Comunitarios (ReMC).

Davant d'això i també a grans trets s'ha produït un replegament dels mitjans tradicionals vinculant-se encara més a aparells polítics estatals com ara partits o institucions, una precarització de les feines vinculades a la comunicació en aquests mitjans, un aprofundiment de la dependència publicitària d'aquest tipus de mitjans i una tendència molt clara a pràctiques sensacionalistes.

Tot i aquesta situació de crisi dels vells mitjans i la consolidació de moltes iniciatives de comunicació alternativa, el poder de les empreses transnacionals de comunicació i publicitat segueix sent hegemònic i al contrari del que podia semblar en un principi, les xarxes socials majoritàries han contribuït a consolidar aquesta concentració de poder.

Actualment, el context de sobreinformació global i el control per part dels algorismes, que redueixen el radi d'acció (mite de l'abundància), reforça aquesta necessitat d'articular, coordinar

1 <http://recursos.anuncios.com/files/428/77.pdf>

i fer créixer les xarxes entorn de la comunicació alternativa, crítica, participativa i comunitària, especialment en aquells espais i moviments emancipatoris amb més arrelament territorial com ara les xarxes d'Economia Social i Solidària.

Justificació

Soc sòcia fundadora i treballadora de La Productora, una cooperativa de treball associat especialitzada en comunicació visual i audiovisual que es va constituir el desembre del 2019. En aquest any i mig de vida de la cooperativa he pogut entendre la comunicació des d'una perspectiva molt més participativa, comunitària i crítica, contextualitzada en el marc de l'Economia Social i Solidària (ESS), però sense ser massa conscient d'on venia aquesta manera de comunicar diferenciada des d'una perspectiva teòrica.

En un primer moment la meua intenció era fer un treball sobre comunicació alternativa emmarcat en una nova línia de la cooperativa, un treball pràctic de desenvolupament d'un projecte digital al servei de la comunicació alternativa. Però un cop vaig començar la fase d'investigació prèvia d'anàlisi del marc teòric de la comunicació en l'ESS, em vaig adonar que tot i que existia un marc teòric en comunicació alternativa (bastant acotat, localitzat i prou internacionalitzat), la relació de la comunicació alternativa amb l'ESS des d'una perspectiva teòrica era pràcticament inexistent. En aquell moment em vaig trobar amb dues necessitats. Per una banda entendre i profunditzar en el marc teòric de la comunicació alternativa en clau general, i per una altra acostar la comunicació alternativa al marc teòric de l'ESS. Tot i que el meu propòsit no era fer un treball únicament teòric, a causa de les necessitats sorgides de la recerca i a la limitació en extensió del contingut d'aquest treball, aquest ha esdevingut un treball centrat en un marc teòric que ajudi a entendre la importància que té la comunicació alternativa per l'ESS a l'hora de disputar l'hegemonia econòmica i cultural del capitalisme i totes les seves variants.

Objectius principals i hipòtesis

L'aportació d'aquest treball pretén posar en valor la comunicació alternativa com a eina de transformació social i alhora servir d'aproximació teòrica sobre la qüestió comunicativa en el model d'ESS.

Per establir els objectius, es parteix de dues hipòtesis:

- ***Hipòtesi 1:*** La comunicació de l'ESS, en tant que beu dels moviments socials, s'inspira en la comunicació alternativa
- ***Hipòtesi 2:*** No existeix un marc teòric en clau de comunicació alternativa dins de l'ESS

Els objectius principals d'aquest treball, que tenen com a finalitat validar aquestes hipòtesis, són els següents:

- ***Objectiu 1:*** Definir el marc teòric de la comunicació alternativa per poder entendre quin és el context històric i teòric en el qual es troba la comunicació de l'ESS

-
- **Objectiu 2:** Trobar paral·lelismes entre la comunicació alternativa i l'ESS des de la perspectiva teòrica
 - **Objectiu 3:** Fer una primera aproximació teòrica a l'estat de la qüestió de la comunicació alternativa en l'àmbit de l'ESS dotant-lo d'estructura
 - **Objectiu 4:** Fer una primera proposta de diagnosi per analitzar quin és l'estat de la qüestió de la comunicació en l'ESS des de la pràctica

Metodologia i estructura del treball

El present treball s'aborda des de la recerca bibliogràfica principalment, una recerca centrada en bibliografia acadèmica publicada en projectes d'hemeroteques digitals adscrites a universitats estatals com Dialnet (Universitat de La Rioja), Redalyc (Universitat Autònoma de l'Estat de Mèxic) o RACO (Revistes Catalanes amb Accés Obert). Aquests projectes tenen la voluntat, sense ànim de lucre, de difondre el coneixement acadèmic científic de forma lliure, per tant la majoria de treballs són de domini públic. També s'ha recorregut a articles d'altres plataformes digitals o webs, així com a bibliografia impresa.

Els treballs analitzats han estat variats, sent principals les investigacions acadèmiques en l'àmbit de la comunicació alternativa, comunicació pel desenvolupament o mitjans alternatius de les darreres dècades del segle XX o principis del segle XXI.

En referència a l'estructura del treball, el gruix del treball es concentra en una primera part de marc teòric que inclou els contextos històrics de les teories comunicatives clàssiques i no hegemòniques, la comunicació alternativa i les seves característiques, i finalment quina és la seva relació amb l'ESS des d'una perspectiva teòrica. Es conclou amb un capítol sobre les limitacions de la recerca i les possibles línies futures, que inclou una proposta de diagnosi que s'aborda des d'una metodologia investigativa participativa, el mètode d'Investigació-Acció Participativa (IAP).

Marc teòric

1. Context històric de la teoria de la comunicació clàssica

Un bon punt de partida per entendre el model comunicatiu imperant actualment a Occident és parlant de materialisme històric. Segons Karl Marx, és la base econòmica (que depèn de les relacions de producció) la que determina la cultura. És a dir, és el model de producció capitalista el qual configura com ha de ser la cultura, i en conseqüència, quin és el model de comunicació d'una societat, ja que tal com apunta Umberto Eco, ja als anys setanta, la cultura està fonamentada en la construcció d'un procés comunicatiu, o millor dit, la cultura és comunicació i viceversa.

Aquesta idea dóna peu a una breu introducció sobre el context històric i socioeconòmic de la teoria de la comunicació clàssica, hegemònica o conservadora.

Quan es parla de teoria de la comunicació sempre preval una referencialitat directa a EEUU. Una referencialitat que beu d'una teoria clàssica amb perspectiva hegemònica. Aquest treball es sosté en el marc teòric d'una comunicació alternativa que sorgeix com a crítica d'aquesta línia més clàssica centrada fonamentalment en els efectes i la capacitat persuasiva dels mitjans de comunicació en la societat de masses durant el segle XX. Així i tot, és important contextualitzar les teories clàssiques per poder entendre'n l'origen.

Des d'una perspectiva occidental es poden entendre tres períodes en la teoria de la comunicació hegemònica o clàssica (Busquet i Medina, 2013):

Un **primer període** que se situa durant els anys vint i quaranta, moment predictadures on la comunicació es comença a fer servir en àmbits propagandístics, tant a Europa com a EEUU. En aquest període, els estudis en comunicació se situen sota una mirada funcionalista i conductista (teoria hipodèrmica), centrant-se en els efectes i la capacitat persuasiva dels mitjans de comunicació en la societat de masses (*Mass Communication Research*).

Un **segon període** de postguerra, que compren entre els anys quaranta i setanta, on es plantegen dos canvis d'enfocament que són primordials per l'evolució de les teories de la comunicació.

Per una banda, el concepte *societat massa* rep moltes crítiques per part de molts corrents, especialment per la teoria crítica alemanya (Escola de Frankfurt). Les autores més crítics defensen, en primer lloc, que la comunicació fins al moment es concep des d'una visió massa simplista de l'acte comunicatiu, ja que s'entén com un procés unidireccional (emissor, canal, missatge, receptor), i en segon lloc, veuen en el concepte de societat massa una visió molt paternalista de la realitat que assumeix que el públic que conforma la massa és un públic atomitzat, format per individus solitaris, aïllats i desarrelats (Busquet, 1998: 182).

Per una altra banda s'obre una nova mirada, a partir de teories de pensadors com Lazarsfeld o Berelson, on es comença a dubtar del poder dels mitjans de comunicació com a únics organismes influents i es defensa que el context personal i social juga un paper importantíssim en l'acte persuasiu de la comunicació, variables que fins al moment no s'havien tingut en compte (teoria dels efectes limitats). És en aquest moment, cap als anys cinquanta quan sorgeixen canvis en model de comunicació clàssica i es comença a veure el naixement d'experiències de comunicació alternativa i participativa.

Finalment, un **tercer període** que compren des dels anys setanta fins a l'actualitat on es torna a fer èmfasi en el fet que els mitjans de comunicació tenen més influència de la que es creu fins al moment. La diferència recau en el fet que l'efecte es contempla a molt més llarg termini a causa de la complexitat i perfeccionalització a la que els sistemes comunicatius estan derivant de la mà d'eines tecnològiques en general, i d'internet en particular. En aquest període ja no existeix unanimitat en la línia investigativa, i es poden trobar moltes teories diferents. Un punt clau en aquest moment de la teoria clàssica de la comunicació és que es planteja el paradigma informacional/comunicacional on la comunicació es comença a concebre com un acte de comunicació bidireccional i es diferencia de la informació com a acte de transmissió unidireccional sense opció a la participació.

2. El paradigma europeu i llatinoamericà

2.1. Comunicació pel desenvolupament

Els anys cinquanta van ser determinants pel desenvolupament de la teoria de la comunicació en clau alternativa. En un moment de desenvolupament econòmic i social derivat de la crisi econòmica que deixa la Segona Guerra Mundial hi ha la necessitat de reconvertir les indústries per part de les potències mundials i de trobar, a la vegada, mercats on vendre els seus nous productes. Però Europa i els països del Sud Global es troben en una situació complicada i la reconversió no pot ser immediata. És en aquest moment quan els països occidentals ideen el Pla Marshall, un pla encobert sota idees d'ajuda humanitària, ajuda al desenvolupament i tractats comercials per afavorir a les societats més empobrides però que en realitat van ser estratègies comercials i militars per mantenir influències i control sobre els països colonitzats (Gamucio, 2011). És en aquest moment quan es comença a concebre la comunicació com una eina estratègica molt potent pel desenvolupament i el creixement socioeconòmic dels països del Sud Global, donant origen al que després es va teoritzar com *comunicació pel desenvolupament*. Cal dir que aquesta missió de la comunicació pel desenvolupament es va dur a terme des d'una mirada completament institucionalitzada.

2.1.1. Els tres enfocaments

Servaes (2003) classifica la teoria la comunicació pel desenvolupament en tres enfocaments: el de la modernització (des de 1945 fins a 1965), el de la dependència (des de 1965 fins a principis dels anys vuitanta), i el de la multiplicitat (des dels anys vuitanta fins a l'actualitat).

– *Enfocament de la modernització*

Es tracta d'un corrent inspirat en teories de la modernitat i la innovació. Parteixen de la base que existeix un desequilibri entre les societats del Nord i del Sud global causat per la carència d'informació, coneixement i eines tecnològiques per part de les comunitats del Sud Global per poder desenvolupar-se, vivint immersos en el costum i la tradició locals. Aposten per una clara difusió del coneixement des de les societats desenvolupades cap a les tradicionals a través de les tecnologies de la informació, factor que consideren determinant pel desenvolupament de qualsevol societat (Lerner, 1958). Aquest enfocament es planteja des d'una mirada economicista (Servaes i Malikhao, 2005) i conservadora (Mesa, 1990) del desenvolupament social.

– *Enfocament de la dependència*

Es tracta d'un corrent que sorgeix en oposició a les teories de la modernitat, i que té el seu origen en les lluites socials, els contextos comunitaris rurals o urbans i també en les lluites independentistes, anticolonials i antidictatorials dels països del Sud global. Aquest corrent se sustenta per les teories de la dependència les quals defensen que les causes del subdesenvolupament dels països del Sud global són purament estructurals (polítiques, econòmiques, socials i culturals) i que venen derivades d'un sistema d'ex-

plotació per part dels països més rics: tinença de les terres, falta de llibertats col·lectives, opressió de les cultures indígenes i injustícia social (Gamucio, 2011).

Les teories de la dependència, lligades a valors identitaris i culturals, promouen els canvis socials col·lectius per sobre dels individuals i tenen un objectiu principal que és el de conquerir els espais d'expressió inexistents fins al moment. Així doncs es comença a fer servir la comunicació per promoure idees d'autonomia, empoderament i autogestió en les comunitats més vulnerades. Aquestes experiències es desenvolupen sense un model comunicacional dissenyat prèviament o posat en pràctica, amb la qual cosa es va desenvolupant a mesura que van succeint. Posteriorment, com es veurà més endavant, es teoritza.

Tot i els intents per part de les teories de la dependència, segons Chaparro, la comunicació no acaba de ser democràtica, ja que segueix imperant el model basat en les teories de la modernitat (Chaparro, 2002:58). És en aquest context, als anys setanta, de la mà d'autors com Pasquali, Bordenave, Bosco, Gutierrez i Beltrán quan s'articula un pensament llatinoamericà crític amb el model jeràrquic de la comunicació fins ara existent. Aquestes autores es basen en el fet que perquè hi hagi desenvolupament democràtic el canvi ha de donar-se en l'estructura social; en què la innovació tecnològica no garanteix el desenvolupament i pot inclús actuar de barrera; i en què la comunicació, per naturalesa, no és capaç de generar desenvolupament, actuant en la seva contra molt sovint (Marí, 2011).

En aquest procés de reformulació del paradigma comunicatiu a Amèrica Llatina neix el grup dels Països No Alineats (PNA), un grup autoorganitzat independitzat de les grans potències. Aquest grup proposarà l'articulació d'un Nou Ordre Mundial de la Informació i de la Comunicació (NOMIC), que conjuntament amb les reunions de la UNESCO a Costa Rica i el Simposi sobre els Mitjans d'Informació de Tunísia (1976) seran fonamentals per la consolidació de l'alternativa comunicativa amb una estratègia comunicativa orientada a l'emancipació social (Sierra, 2020, citat per Marí, 2011).

– *Enfocament de la multiplicitat*

Aquest enfocament es basa en la idea que no existeixen comunitats o països que funcionin de manera completament autònoma ni en els que el desenvolupament estigui determinat únicament per factors externs. Això comporta superar les demarcacions entre Primer, Segon i Tercer món, anomenades així per Servaes, quedant substituïdes pel centre i la perifèria, límits que poden trobar-se en cada regió i ser estudiats des d'una perspectiva global, nacional o local (Servaes, 2012). En aquest moment es troba la necessitat de crear un nou concepte de desenvolupament que posi èmfasi en la identitat cultural i en la multidimensionalitat, un nou punt de vista sobre desenvolupament i canvi social i es dóna més importància i atenció al contingut del desenvolupament amb un enfocament més holístic i ecològic. En definitiva, el canvi ha de ser estructural i ocórrer a múltiples nivells per aconseguir objectius realment sostenibles i transformadors.

2.1.2. *Comunicació pel desenvolupament al territori espanyol*

Marí (2011) parla de Comunicació pel Desenvolupament i Canvi Social en el context espanyol (CDCS) i divideix la història d'aquest àmbit al territori espanyol en tres etapes marcades per una forta institucionalització: una primera etapa amb un enfocament totalment marginat (1980 - 1994), una segona etapa d'eclosió (1994 - 2002) i una tercera etapa de consolidació i implosió (2003-2011). Marí fa un balanç d'aquestes etapes i n'extreu algunes conclusions:

- Ressalta el caràcter subsidiari de les institucions (assistencialisme)
- Investigació tardia en CDCS en comparació a la resta dels contextos geogràfics on s'està investigant (finals dels anys noranta) de la mà d'autors com Erro
- Absència d'espais acadèmics on traslladar els debats internacionals i absència d'investigacions sòlides, tasca que ha estat assumida per organitzacions socials
- Tardana, esporàdica i dèbil relació amb les persones investigadores i activistes socials impulsors del CDCS a escala internacional

Així i tot a partir dels anys 2000 es comencen a publicar investigacions i tesis doctorals que realitzen un primer estat de la qüestió en el context espanyol, en alguns casos, incorporant la perspectiva de la comunicació alternativa (Barranquero i Sáez, 2012), y en altres, treballant la CDCS posant èmfasi en la seva perspectiva acadèmica (Fernández Viso, 2012, citat per Marí, 2011).

2.2. *Polèmica del terme desenvolupament i model participatiu*

La comunicació pel desenvolupament va durar varies dècades fins que es va fer molt evident que les polítiques de desenvolupament impulsades pels governs i les agències de desenvolupament no estaven funcionant per un canvi social real.

El terme desenvolupament ja des de l'enfocament de la dependència, ha estat motiu de debat entre les teòriques de la comunicació de caràcter més alternatiu al llarg de la segona meitat del segle XX. Potser entendre que es tracta d'un concepte històric i que per tant s'ha de tenir en compte l'evolució de la seva definició segons els factors determinants de cada època, ajuda a entendre millor la importància de la seva aportació (Dubois, 2007, citat per Marí, 2011).

No és fins als anys noranta, en una època d'esplendor de les teories alternatives quan s'acorda promoure una nova definició amb l'objectiu de treure el caràcter economicista i postcolonial del terme desenvolupament promovent una visió més participativa (Marí, 2011). Així doncs, comencen a sorgir nous adjectius que pretenen definir millor el concepte i fugir de l'estigma que el terme comporta: *desenvolupament sostenible*, *desenvolupament humà* o *desenvolupament participatiu*. Aquest enfocament participatiu, influenciat pel treball de Freire (2002), és de rellevant importància per les teories de la comunicació alternativa.

Són molts els estudis d'investigació que es van realitzar durant els anys noranta, entre els quals es destaquen dos treballs que van ser determinants per entendre aquest nou enfocament participatiu.

En primer treball va ser una síntesi comparativa realitzada per De Bustos (2007, citat per Marí, 2011) arran d'una investigació realitzada per Morris (2003), en el qual va elaborar una taula comparativa (Taula 1) de les estratègies que s'havien dut a terme des del model difusionista i des del participatiu.

	Difusió	Participació
Definició de la comunicació	- Transferència vertical - De dalt a baix	- Horitzontalitat - Informació com intercanvi i diàleg
Utilització de la informació	- Disseminació per mitjà dels Mass Media	- Participació a nivell local - Comunicació interpersonal - Utilització dels mitjans de comunicació
Problema	- Falta d'informació	- Desigualtats
Finalitat del desenvolupament	- Canvi comportamental en relació amb un objectiu determinat	- Objectiu determinat i/o emancipació - Equitat - Democratització - Augmentar la capacitat organitzativa
Mitjans	- Canvi en coneixement i actituds - L'objectiu és fonamental	- Informació/intercanvi - El procés és essencial
Marc	- Modernització - Difusió d'innovacions	- Canvi social - Mobilització social - Participació
Autores	- Rogers - Lerner - Schramm	- Freire - Servaes
Instruments	- Mitjans de comunicació - Màrqueting social - Entreteniment educatiu	- Assemblees i trobades - Mitjans de comunicació - Màrqueting social - Entreteniment educatiu
Àmbit d'actuació	- Aproximació no holística - Només s'estudien les qüestions de comunicació	- Holística - S'estudien les necessitats, els objectius, els mitjans per aconseguir-los i també els aspectes de comunicació
Paper de les professionals	- S'implementa el pla de comunicació per professionals sense comptar amb les persones destinataris	- Les professionals conjuntament amb la comunitat dissenyen la implementació del pla
Comunicació del diagnòstic	- Els resultats del diagnòstic són elaborats des de l'exterior i comunicats als organismes amb els que tenen relació - No sempre es transmeten a la comunitat receptora	- Els resultats del diagnòstic són presentats per la comunitat i, per tant, coneguts per ella

Taula 1. Comparació d'estratègies: model de difusió i model de participació (De Bustos, 2007)

El segon treball va ser una revisió teòrica i de síntesi realitzada per Del Valle (2007, citat per Marí, 2011) centrat en les principals autores que han realitzat la seva investigació en el camp de la comunicació participativa elaborada específicament des de l'Amèrica Llatina.

Com a conclusió, la comunicació pel desenvolupament, tot i ser un model molt criticat per la seva perspectiva inicial economicista i institucionalitzada, va ser un model dotat d'una estructura forta

que va anar evolucionant al llarg de les darreres dècades del segle XX i que va donar pas a models més alternatius de comunicació.

3. La comunicació alternativa

3.1. *La dificultat de definir-la*

Definir el concepte comunicació alternativa comporta certa ambigüitat subjacent tal com apunten les autores Fleischman, Ginesta i López Calzada (2007). D'una banda, des del món acadèmic les definicions aportades tenen un caràcter força localitzat evidenciant una falta de perspectiva històrica comparada i d'una altra banda, existeix una gran diversitat terminològica emprada per part de les pròpies comunitats i experiències de comunicació alternativa, com per exemple: popular, autònoma, horitzontal, dialògica, participativa, comunitària, radical, etc. Aquesta ambigüitat “suposa una font de conflictes teòrics i potser és una de les raons d'allunyament entre les diferents comunitats epistèmiques”, tal com assenyalen Barranquero i Treré (2020:203).

En un sentit més ampli, els estudis consultats per aquest treball fan servir el terme alternatiu per referir-se a les formes alternatives de comunicació en clara oposició a la forma tradicional de comunicació, i per tant al model oficial i hegemònic de la comunicació clàssica. Tot i aquest aparent consens, existeixen estudis que no utilitzen explícitament aquesta terminologia tot i referir-se al mateix model de comunicació, si no que utilitzen alguns dels conceptes descrits anteriorment o altres de nous.

Aquestes dificultats a l'hora de definir el concepte ha complicat l'estructuració de la comunicació alternativa dins d'un marc concret, però a la vegada, aquesta flexibilitat i multiplicitat de formes que adquireix en la seva pròpia conceptualització i amb la seva praxi l'enriqueix. És a dir, hi ha tantes formes de comunicar alternativament com entorns en els quals es desenvolupa, i aquesta diversitat aporta pluralitat al marc teòric.

A continuació es detallen varies propostes de definicions de comunicació alternativa que algunes teòriques han aportat des dels anys vuitanta fins a l'actualitat.

Graziano (1980) defineix la comunicació alternativa com: “aquelles relacions dialògiques de transmissió d'imatges i signes que estiguin inserides en una praxi transformadora de l'estructura social”, a la qual Jelin (1996, citat per Corrales i Hernández, 2009) afegeix que es tracta: “d'accions col·lectives amb alta participació de base que utilitzen canals no institucionalitzats i que, al mateix temps, van elaborant les seves demandes, van trobant formes d'acció per expressar-les i es van constituint en subjectes col·lectius, és a dir, reconeixent-se com a grup o categoria social”.

Aquestes definicions fan referència al que és la comunicació alternativa en un sentit ampli, contribuint a fer possible un marc conceptual. Però, cal definir també quin és el context en el qual sorgeixen totes aquestes formes de comunicació per poder complementar aquest marc. Segons Gamucio (2011) la comunicació alternativa sorgeix paral·lelament a Europa i a Amèrica Llatina com a conseqüència de la repressió i exclusió, per part dels mitjans tradicionals, de les experiències de lluites socials dels camperins, obrers, estudiants, indígenes, joves o sectors vulnerats. Aquestes reaccions contestatàries neixen a Amèrica Llatina amb una perspectiva més anticolonial, antiim-

perialista i comunitarista, mentre que a Europa es centren amb una perspectiva més identitària, cultural i mediambiental de caire més individualista (Kaplún, Barranquero i Treré, 2020). Així i tot, en ambdós casos tenen com a objectiu l'emancipació i autonomia d'un espai fins ara inexistent. Finalment destacar, tal com apunten Corrales i Hernández (2009), que: "la comunicació no és una activitat en sí, sinó que és una eina que està al servei d'una tasca global, que té com a finalitat un procés de consciència, d'organització i d'acció de les classes subalternes". Per tant es dedueix que si la comunicació alternativa no és un model únic, inflexible i dogmàtic, té sentit parlar de comunicacions alternatives en un sentit més ampli per referir-se a totes aquestes pràctiques comunicatives participatives i col·lectives amb perspectiva transformadora.

3.2. *Investigació i educació*

Des d'una perspectiva investigativa comparada entre Europa i Amèrica Llatina, Kaplún, Barranquero i Treré (2020) expliquen molt bé com s'ha fet aquest procés investigatiu en les dues regions. En paràmetres generals i derivat dels diferents contextos històrics, mentre que a Europa s'ha optat més per teoritzar i després dur a la praxi, a Amèrica Llatina primer s'ha actuat i després s'han teoritzat els resultats. Cal destacar que totes aquestes experiències, especialment a l'Amèrica Llatina, es desenvolupen sense haver dissenyat un model previ de comunicació alternativa, i per tant es teoritza més tard. No és fins als anys vuitanta que es comencen a difondre estudis sobre comunicació alternativa a les dues regions², sent els anys noranta el moment més àlgid de la investigació.

Així doncs, cal destacar en l'àmbit llatinoamericà les primeres investigacions de Graziano (1980), Pasquali (1985), Beltrán (1981), Bordenave (1983), Kaplún (1983) o Gamucio (1990), mentre que en l'àmbit europeu destaquen els treballs de Downing (1984), Michèle i Armand Mattelard (1989), Bassets (1981) o Moragas (1985). En un context més actual cal destacar autories que han treballat la comunicació alternativa des d'una perspectiva més col·laborativa, comparada i transversal com són Sáez, Barranquero, Fleishman o Treré, entre d'altres.

Segons Kaplún, Barranquero i Treré (2020), no hi ha hagut massa diàleg entre les dues regions en clau de comunicació alternativa fins als anys vuitanta, època en què comencen a produir-se acostaments arran de l'augment de les trobades de discussió i debat internacional sobre sistemes de comunicació i informació per part de les iniciatives alternatives, com l'Associació Mundial de Ràdios Comunitàries (AMARC) o el NOMIC, o d'espais digitals com Indymedia durant la primera dècada del segle XXI. Tot i aquest auge durant les últimes dècades del segle XX i principis del XXI, aquesta mirada sobre les alternativitats en clau comunicativa segueix sent, avui en dia, bastant residual tant en àmbits d'investigació com de docència (Barranquero i Treré, 2020), on segueixen imperant les mirades clàssiques de la comunicació hegemònica.

Cal destacar també la relació històrica que hi ha entre educació i comunicació. Fins als anys setanta, i des del segle XIX, l'educació s'havia concebut com una eina de transmissió d'informació unidireccional sobre coneixements preconcebuts com a veritables. És a la dècada dels setanta, amb l'aparició del paradigma participatiu i amb la influència pedagògica crítica de Paulo Freire quan es comencen a repensar els processos comunicatius des de l'horitzontalitat i des d'una perspectiva dialògica en general i en l'àmbit de l'educació (Kaplún, 1998).

2 Quan es faci referència durant tot el treball a les dues regions, es parlarà d'Amèrica Llatina i Europa.

3.2.1. *Influència de les teories crítiques*

En el seu sentit més ampli, parlar de teories crítiques és parlar de crítica a la modernitat i al seu caràcter positivista (Adorno, 2001). La teoria crítica és, per definició, una mirada alternativa que posa de manifest la disconformitat als problemes generats pels models oficials i hegemònics des de molts àmbits diferents.

A continuació es destaquen, arran de l'esquema proposat per Barranquero (2005), quines són les teories comunicatives o autores que han influenciat la comunicació alternativa contribuint a la seva emancipació:

- ***Materialisme Històric***
Marx aporta una mirada fonamental per la comunicació alternativa en tant que permet entendre com és l'entramat capitalista dels mitjans de producció (i en conseqüència, els mitjans de comunicació) i com són les relacions de producció (poder de la classe dominant per sobre de la classe treballadora). El marxisme inspirarà a totes les teories següents. Serà molt important per concebre la propietat col·lectiva dels mitjans de comunicació alternatius.
- ***Teoria de la radio (Bertol Brecht, 1932)***
Brecht recolza les teories emancipatòries sobre el caràcter revolucionari dels mitjans alternatius, concretament de la ràdio. Proposa transformar el seu ús d'aparell informatiu a aparell comunicatiu, on la interacció sigui una expressió dialèctica i didàctica destinada al progrés social. L'audiència passiva esdevé activa, crítica i constructiva. Serà molt important per la teoria del trencament de la bidireccionalitat de la comunicació.
- ***Escola de Frankfurt***
Crítica a la societat de consum, la indústria cultural i el tractament de la ciència i tecnologia com a forces i relacions de producció. Oposició al positivisme pel seu caràcter instrumental i legitimador de tot ordre social. Benjamín destaca especialment per el seu reforç a la idea de trencament de la bidireccionalitat de la comunicació.
- ***Situacionisme***
El *Détournement* (tergiversació) de la Internacional Situacionista proposa apropiari-se de les imatges o productes capitalistes per deconstruir el missatge i distorsionar el seu discurs, produint un efecte crític i transformador. Els situacionistes van inspirar a Berardi (2004), figura important per la comunicació alternativa que posa èmfasi en el potencial subversiu dels mitjans alternatius. Serà de molta influència per les pràctiques dels col·lectius adscrits a la *Guerrilla de la Comunicació*.
- ***Semiòtica (Umberto Eco)***
L'aportació d'Umberto Eco des del camp de la lingüística i la semiòtica sobre la possibilitat d'alterar els signes dominants o guerrilla semiòtica, va ser molt rellevant especialment pels estudis centrats en contrapropaganda, sabotatge informatiu, *culture jamming* i *subverting*. En paraules de Barranquero i Treré (2020), “aquesta perspectiva no està tan relacionada amb la creació o apropiació dels mitjans sinó més aviat amb les estratègies d'alfabetització audiovisual basades en la recodificació i subversió de productes publicitaris i culturals dominants”.

- ***Estructuralisme i Postestructuralisme***
Destaca l'autonomia dels subjectes i els significats més enllà de les estructures massives dominants.
- ***Escola de Birmingham (Estudis Culturals)***
Observen l'adoctrinament ideològic i la generació de resistències en les audiències. Interès per l'anàlisi de la Cultura Popular i les apropiacions del massiu per part dels grups subalterns. En les darreres dècades, han sigut molt criticats per les comunitats més polititzades com a estudis de caire eurocentrista i racista. Autors com Manuel Delgado o Carlos Reyoso en parlen d'això.
- ***Economia Política de la Comunicació***
Es van centrar en l'estudi de la base econòmica que determina els interessos del sistema dels mitjans de comunicació.
- ***Feminismes***
Les teories feministes també són d'important rellevància per la comunicació alternativa, especialment aquelles que tenen a veure amb les qüestions derivades del gènere, la representació en els mitjans, la comunicació inclusiva o amb els models comunicatius digitals transformadors com és el ciberfeminisme.
- ***Escola (Crítica) Llatinoamericana de la Comunicació***
Destaca l'enfocament participatiu de la comunicació derivat de les teories de la dependència. Les teòriques d'aquest corrent són, en definitiva, les persones que teoritzen sobre el concepte de comunicació alternativa als anys vuitanta i noranta.

3.2.2. *Investigació espanyola i catalana en teoria crítica*

Segons Barranquero (2005), el context espanyol i català es caracteritza per:

- La poca tradició de teoria crítica de la comunicació, amb escassa autonomia i repercussió internacional (majoritàriament compilacions bibliogràfiques divulgatives sobre pensadors internacionals)
- Una pèrdua de vigor crític de les teòriques de la comunicació espanyoles (falta d'impuls crític en els darrers anys), per una mirada molt tecno-optimista
- Un seguit de dificultats endèmiques que van des dels discursos endogàmics fins a una excessiva dependència de fons públic-privats per la investigació pròpia.

Badia i Berrio (1997) destaquen que a Catalunya les línies d'investigació nacional tenen entre si una escassa connexió i presenten un desenvolupament irregular i parcial. El gruix de les investigacions es donen a finals dels anys setanta després de la dictadura franquista, coincidint amb els anys de màxim augment en l'ensenyança i l'investigació.

Va ser determinant l'aparició del curs acadèmic 1971-72 de les Facultats de Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona i la Universidad Complutense de Madrid, i el reconeixement de l'Institut Periodisme de la Universitat de Navarra. S'ha de tenir en compte que en aquell moment es comencen a traduir estudis sobre teoria crítica a Espanya. A partir de llavors,

s'organitzen trobades internacionals a Espanya i Catalunya que influiran en la proliferació d'investigacions i estudis sobre comunicació alternativa en el context espanyol i català. Es detallen a continuació, i en ordre cronològic, un detall de les iniciatives i estudis més rellevants:

- **1973**
Congrés mundial sobre manipulació de la comunicació organitzat pel Col·legi d'Enginyers Industrials de Barcelona. Amb la presència de Vidal Beneyto, Umberto Eco, Edgar Morin i Julia Kristeva.
- **1978**
Simposi internacional “Alternatives als Mitjans de Comunicació” (Salou-Reus), organitzat per Vidal Beneyto
- **1979**
Congrés de Televisió i Autonomia Política, organitzat per la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona
- **1980**
Creació de la revista *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, adscrita a la Universitat Autònoma de Catalunya (UAB). Es tracta d'una revista que té com a objecte i marc d'estudi “la problemàtica cultural i comunicativa dels Països Catalans amb èmfasi especial de la problemàtica comunicativa de Catalunya i els problemes derivats de l'aplicació de l'Estatut d'Autonomia del 1979” (Justificació, Vol. I).
- **1981**
Trobada internacional “Economia Política de la Comunicació i la Cultura” (Burgos), organitzada per Miguel de Moragas

Publicació del llibre *Teorías de la comunicación*, de Miquel de Moragas. Editat per Gustavo Gili, Barcelona.
- **1982**
Publicació del llibre *Fundamentos de Teoría General de la Información*, d'Ángel Benito. Editorial Piramide, Madrid
- **1989/1992**
Estudis sobre teoria de la comunicació en el context espanyol realitzats per María Dolores Cáceres i Carmen Caffarel durant els anys 1989 i 1992 (període analitzat comprès entre el 1978 i el 1990)
- **1997**
Publicació de l'article “Investigació sobre comunicació social a l'Espanya de les autonomies”, de Daniel E. Jones. Editat i publicat per *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, Núm. 21.
- **2001**
Publicació del llibre *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y Perspectivas*, de Rodrigo Alsina. Editat per l'UAB.

En general, la investigació a Espanya sobre comunicació, segons les autores Cáceres i Caffarel té “un marcat caràcter tradicional, individualista, instrumental i endogàmic” (Caffarel, Dominguez y Romano, 1989).

3.2.3. *La recerca catalana en mitjans locals*

Segons Guimerà (2018), cal destacar una recerca teòrica molt important en l'àmbit dels mitjans locals a Catalunya en la qual s'origina el terme de *mesocomunicació*, concepte que apareix per primer cop a Catalunya l'any 1981. Aquest va ser encunyat per Bassets (1981) i desenvolupat teòricament per Moragas (1985) fent la següent categorització:

- Micro-mitjans (mitjans més tradicionals, com el telèfon)
- Macro-mitjans (diaris)
- Mega-mitjans (noves tecnologies, abast supranacional)
- Meso-mitjans (abast comunitari)

Catalunya en aquell moment és una regió que no disposa de grans mitjans. Per Moragas és important teoritzar sobre aquest component comunitari que, a més, vol posar en marxa la normalització lingüística després de l'època de repressió franquista viscuda. Segons ell, aquests mitjans descentralitzen i democratitzen la producció cultural i mediàtica i la participació ciutadana.

A més destaca que hi ha un vincle directe entre l'accés de la ciutadania als continguts i quina és la seva implicació en l'àmbit polític, atribuint un paper mobilitzador a aquests mitjans d'àmbit local (Moragas, 1985).

Tot i que el concepte no va tenir gaire èxit entre la comunitat científica i s'utilitzava molt més el concepte comunicació local (Guimerà, 2012), Moragas contribuiria, juntament amb altres autores, a l'arribada a Catalunya i a tot l'estat del concepte de *proximitat*, concepte que “passa a ser més adequat per referir-nos a mitjans que ofereixen contingut referit a la capa identitària més pròxima als individus” (Martori, 2019).

3.3. *Característiques principals de la comunicació alternativa*

Tal com s'ha comentat anteriorment la diversitat en la teorització, les diferents tradicions epistemiques i els contextos espai-temporals tan diferents han contribuït a que fa que sigui difícil establir unes característiques comunes de la comunicació alternativa. Així i tot, Sáez i Barranquero (2010) en una investigació que posa de manifest la invisibilització de la comunicació alternativa en els àmbits universitaris, van destacar quatre característiques comunes:

- Orientació crítica i compromís amb una pràxi transformadora
- Metodologies participatives i localitzades
- Interdisciplinarietat, hibridació teòrica i perspectiva cultural
- Crítica als models comunicatius imperants

Gamucio (2003, 2011) destaca alguns condicionants indispensables de la comunicació alternativa, la qual entén com un procés viu, i estableix una sèrie de premises que són propies de les pràctiques comunicacionals alternatives:

- L’apropiació del procés comunicacional i dels continguts per part de la comunitat social fa que la sostenibilitat dels canvis socials sigui més segura
- Importància de donar veu a les persones més marginades i vulnerables i tenir present la generació de continguts locals
- Les comunitats han de ser agents del seu propi canvi i gestores de la seva pròpia comunicació
- Promoure el diàleg, el debat i la negociació des de la comunitat en lloc de fer èmfasi en la persuasió i en la transmissió de mera informació
- El diàleg i la participació tenen el propòsit d’enfortir la identitat cultural, la confiança, el compromís, l’apropiació de la paraula i la comunitat. Importància de la construcció de xarxes socials
- Tenir en compte les normes socials, enlloc de les individuals, de la cultura i del context local, així com potenciar la llengua i la pertinença cultural
- Fer ús de la tecnologia d’una manera apropiada d’acord amb les necessitats comunicacionals
- Rebuig del model lineal de transmissió d’informació des d’un centre emissor cap a un individu receptor, promovent la participació i la interacció des del coneixement compartit per la comunitat i des de l’acció col·lectiva

En definitiva, la comunicació alternativa és una forma més democràtica de comunicar però també de transformar cap a societats més participatives, plurals, inclusives i alfabetitzades en noves tecnologies (Chaparro, 2008). En els següents capítols es desenvolupen i complementen totes aquestes característiques per tal d’aprofundir més en el concepte i poder fer una radiografia més acurada.

3.3.1. Participació i transformació

Un moment clau per la comunicació alternativa va tenir lloc als anys setanta quan es comença a concebre que l’acte comunicatiu és un procés bidireccional (ruptura unidireccional de la comunicació). Aquest canvi de paradigma va ser tema de debat i teorització d’autores de molts àmbits i disciplines diferents que van aportar contingut molt interessant pel desenvolupament de la comunicació alternativa com ara Walter Benjamin (1934) qui reivindica la superació dels rols tradicionals d’autor i lector, com una manera de subvertir la cultura; Brecht (1932) o Eizenberger (1970) que treballen molt sobre el potencial bidireccional dels mitjans audiovisuals alternatius; Habermas (1981) i el seu concepte de raó comunicativa, que explora les condicions discursives per un diàleg lliure, equilibrat i raonat com a motor de la democràcia deliberativa i el canvi social; o Freire (2002) que, com ja s’ha esmentat anteriorment, fa una aportació teòrica molt important en l’àmbit de l’educació i situa de manera contraposada dos conceptes que reflecteixen molt bé aquest paradigma: educació bancària (vertical, autoritària) vs. educació alliberadora (horitzontal, dialogadora, i per tant transformadora).

Segons Graziano (1980): “la participació implica l’involucrament del públic en la producció i el control dels sistemes de comunicació i també opera en diferents nivells de la producció, de presa de decisions i de planejament”.

Sáez i Barranquero (2010) destaquen que no es poden definir models universalistes que puguin ser aplicables a tots els contextos, sinó que la metodologia es defineix en comunitat, esdevenint, el comunicador, un agent facilitador de processos que té la missió d’esbrinar el potencial participatiu que es troba intrínsec en cada comunitat. És a dir, la comunicació alternativa es produeix des de les comunitats, amb un paper actiu i participatiu, i no per les comunitats.

El fet que totes les comunitats, i en conseqüència moltes d’elles no professionalitzades, participin d’aquesta comunicació i formin part del procés planteja un accés lliure que és independent de la pròpia experiència de les persones en el camp de la comunicació. Això aporta una perspectiva subjectiva de la realitat en el moment en el qual les comunitats defineixen la seva pròpia imatge i utilitzen els seus propis codis. El compromís social suposa la interpretació o valoració dels fets (Reguero, 2017:137).

En la comunicació alternativa, el producte no és l’element prioritari, sinó que el procés comunicacional és el que esdevé més important. Gamucio (2011) concreta que el procés comunicacional comença en un moment de creixement col·lectiu anterior a la creació dels missatges o productes, i que el resultat i la difusió d’aquests missatges és un element complementari.

Tal com hem vist al capítol de la definició, la majoria de teòriques destaquen que el component transformador de les estructures hegemòniques ha d’estar intrínsec en la pròpia comunicació perquè esdevingui alternativa. Com apunta Serrano (1996, citat per Fleishman, Ginesta i López Calzada, 2009), aquesta voluntat transformadora pot ser més o menys radical i estar enfocada a una àrea més o menys restringida, però ha de ser-hi. Foncuberta i Mompart (1983) també incideixen en aquest component transformador quan diuen que “una comunicació serà més o menys alternativa en la mesura en la qual subverteixi un ordre moral, polític, social, econòmic, tecnològic, cultural, simbòlic i ideològic”.

En definitiva, si s’entén la comunicació alternativa com un procés bidireccional i per tant un espai de diàleg, debat i reflexió, es pot deduir doncs que, en essència, la comunicació esdevé crítica intrínsecament, i és aquest paper crític el que la fa transformadora.

3.3.2. Autonomia i independència dels mitjans alternatius

Arran del famós informe McBride de l’any vuitanta va haver-hi un punt d’inflexió. La informació que contenia va evidenciar quina era la realitat: tres agències de comunicació controlaven dues tercers parts de la informació mundial, sense iniciatives fora de les regions d’EEUU o Europa que oferissin una perspectiva alternativa.

Kaplún, Barranquero i Treré (2020) destaquen que en les dues regions (EU i Amèrica Llatina) hi ha un punt de convergència en posar en valor un tercer sector de mitjans alternatius diferenciat del sector públic-estatal i del privat-comercial per combatre aquestes desigualtats.

L'apropiació dels mitjans esdevé un punt clau en la comunicació alternativa. Gamucio (2011) especifica que no es tracta només d'expropiar en termes d'assalt, sinó desenvolupar una capacitat pròpia, comunitària i col·lectiva, i d'adoptar la comunicació i els mitjans com a procés indivisible de les lluites socials. És a dir, expropiar també vol dir apropiar-se de la gestió, la creació del contingut i del procés comunicacional que involucra la participació comunitària. Per Cerbino & Belotti (2016), els mitjans alternatius neixen amb la lògica de generar una agenda temàtica pròpia que sigui d'interès general.

Serrano (2011) apunta que: “un mitja alternatiu serà el que neix de la disconformitat amb el sistema mediàtic dominant i té per vocació donar la veu a col·lectius socials, ciutadans i líders socials o intel·lectuals deixats de banda als grans mitjans de comunicació. El mitjà alternatiu és independent de poders econòmics i polítics i només respon davant del col·lectiu que l'organitza, que mai condicionarà els seus continguts ni la seva línia editorial per un altre principi que no sigui el del seu ideari propi. El mitjà alternatiu ha de tenir com a inspiració donar la veu als mitjans socials, és la seva principal raó de ser”.

Un altre aspecte que també és motiu de reflexió és la fugida del mediacentrisme a través de la inclusió d'espais no mediatitzats com a espais claus on també es produeix la comunicació alternativa (Kaplún, Barranquero i Treré, 2020). Hi ha una tendència a pensar que tot passa per i en un món mediatitzat, que tot passa a la xarxa, a la televisió, que la comunicació només transforma a través dels espais mediàtics, però de fet, parafrasejant a Gill Scott-Heron: “la revolució no (sempre) serà televisada” perquè la transformació també es dona en moments espontanis d'esclat col·lectiu.

Downing (2002) introdueix el concepte *mitjans radicals* per referir-se no només als mitjans habituals d'informació, sinó també a altres formes d'expressió contracultural en el món del periodisme, la literatura o l'art com els fanzins, grafitis, còmics, cartelleria, art performatiu, teatre popular, etc. Cal destacar la importància comunicativa d'aquests altres formats que no gaudeixen de la mateixa credibilitat que els formats més tradicionals, però que tenen un potencial transformador molt gran i una capacitat d'abast molt més àmplia, ja sigui per la seva accessibilitat física i econòmica o per la seva funció performativa.

Finalment, cal fer una distinció, tal com apunta Reguero (2017), entre els anomenats *mitjans lliures* i *mitjans d'implantació (o participatius)*. Aquests últims emanen un fort component institucional i assistencial heretat de les polítiques de la comunicació pel desenvolupament dels anys cinquanta i seixanta i que avui en dia encara es troben establerts en agències de cooperació internacional, ONG's o governs locals.

3.3.3. *Els mitjans digitals alternatius*

Molts mitjans alternatius han vist, amb la incorporació de les noves tecnologies i el desenvolupament d'internet, una oportunitat per poder desenvolupar els seus projectes d'una manera més aparentment lliure degut a la possibilitat d'obtenir recursos de manera menys costosa, siguin materials, logístics o econòmics. Tal com assenyala Serrano (1996): “de totes les vies comunicatives per les quals circula la comunicació alternativa, sense dubte Internet és la que més s’ha vist desenvolupada”.

Reguero (2017:49) destaca que les teories de la comunicació alternativa “connecten amb les teories més actuals de la comunicació digital, centrades en les possibilitats de participació i col·laboració que permet internet”. Aquestes es recolzen en la idea de *societat xarxa* entesa com una estructura d'organització social basada en la interconnexió tecnològica en la qual, la comunicació, també participa del context a través “d'experiències col·lectives i missatges compartits” conformant la cultura com a mitjà social (Castells, 2003:14). Reguero (2017:20) també assenyala que: “autors com Benkler (2008) o Lovink (2007) posen en relleu el potencial d'aquesta nova tecnologia per activar la participació democràtica i la mobilització social”.

Sembla un discurs superat que les potencialitats de les noves tecnologies i d'internet s'han d'aprofitar en el benefici de la comunicació alternativa (un exemple destacat són les comunitats zapatistes), però és important destacar que el model digital planteja alguns reptes que la comunicació alternativa ha d'abordar.

El *dret a la comunicació*³ i com contribuir a la seva democratització és un dels reptes més importants que té la comunicació alternativa, ja que tal com destaca Almirón (2011) en una entrevista al mitjà digital Vilaweb: “la comunicació és un bé democràtic essencial”. Comunicar-nos a través de les plataformes o xarxes socials propietat d'empreses transnacionals, té un cost elevat que es paga amb la cessió i l'anàlisi de les nostres dades, l'anomenat *bigdata*. El negoci del bigdata controla el contingut que consumim a través dels algorismes, però també se'n deriva un problema afegit, i és que problematitza la dissidència en espais més afins i propers a les idees de transformació social, on els mateixos algorismes prediuen els comportaments subversius (Ingrid Guardiola, 2021).

Però, com es pot contribuir a democratitzar la comunicació amb aquest paradigma dominant? Per fer-ho, Almirón (2011) apunta que: “s’ha de desvincular l'economia de mercat dels mitjans”. En aquesta línia, són moltes les autores que defensen aquesta postura com Sally Burch, periodista angloeuatoriana que ha dedicat bona part del seu treball a teoritzar sobre el dret a la comunicació, o Kaplún, el qual en un article publicat a la revista *Decisio* l'any 2005 titulat *Cuatro ideas obvias para democratizar la comunicación* ja destaca una sèrie de recomanacions per democratitzar la comunicació, entre les quals destaquen:

3 Concepte definit i reivindicat per Jean D'Arcy l'any 1969.

-
- La importància de democratitzar els mitjans des de la construcció pròpia de mitjans independents o des de l'obertura d'espais participatius en mitjans ja existents
 - No parlar en representació dels altres, sinó habilitar un espai en el qual tinguin l'oportunitat d'expressar-se
 - Democratitzar el llenguatge i fer-ne un ús d'acord a qui va dirigit, facilitant la participació
 - Trencar amb el *mediacentrisme* de la comunicació i entendre altres espais com a vehiculadors comunicacionals

En una entrevista realitzada a Lovink per la periodista Karma Peiró l'any 2012 en el marc del cicle de conferències del CCCB: *Ciutadania, Internet i democràcia*, Lovink apunta que internet neix amb la necessitat de ser un espai lliure i la monopolització per part de les transnacionals com GAFAM va en contra de la seva pròpia essència. A més, destaca la importància de la *Open Web* com una eina molt més lliure en tant que no sollicita cap tipus d'enregistrament.

El software i les llicències lliures, els procomuns, els laboratoris d'experimentació digital o els programes d'inclusió socioeducativa són algunes de les propostes que ja s'estan aplicant per contribuir en la democratització dels mitjans alternatius i de la comunicació alternativa.

Cal assenyalar també una línia neoliberal *ciberutòpica* que entén internet com un espai emancipador on qualsevol persona és lliure de fer el que vulgui. Aquest condicionant de llibertat té certs problemes quan es tracta de comunitats antihumanistes com ara, organitzacions d'extrema dreta que participen d'espais comuns a internet des dels quals difonen idees d'odi. En aquest sentit cal remarcar que moltes vegades aquestes comunitats troben certa complicitat en el model de gestió i moderació de les empreses que gestionen les xarxes socials des d'un enfocament totalment mercantilista. El problema d'això és que aquestes empreses deixen de banda conceptes ètics sent conscients que les expressions d'odi generen molta reactivitat per part de les usuàries i que aquesta reactivitat els hi aporta beneficis i fins i tot és el punt fort sobre el qual se sostenen els models de xarxa social majoritaris.

Per tant un dels principals reptes de la comunicació alternativa és com superar aquesta gestió connivent amb aquest tipus de comunitats, continguts i comunicacions d'ideari reaccionari, negacionista, revisionista o directament d'odi.

Albert Lloreta (2021), a través de l'anàlisi d'un cas com és *Reddit* (que no és un mitjà alternatiu) assenyala que la combinació entre la moderació des de la mateixa plataforma conjuntament amb sistemes democràtics d'autocontrol de les pròpies comunitats d'usuàries pot acostar a aquestes plataformes a models més horitzontals i cooperatius, tant de gestió de les xarxes com del contingut publicat.

Finalment, també cal destacar que la bretxa digital derivada de diferents factors socioeconòmics i entesa en termes d'accés i ús de les TIC, és un repte cada dia més visible en

les nostres societats. Gamucio (2011) apunta que en la comunicació alternativa, l'ús de la tecnologia ha d'anar dimensionat d'acord amb les necessitats de cada procés comunicacional. Una mirada massa tecno-optimista pot contribuir al fet que aquesta bretxa digital sigui encara més gran.

3.3.4. *Governança democràtica, autogestió i transparència*

Es podria dir que la comunicació alternativa és un dels models més democràtics de practicar la comunicació doncs la seva governança està basada en models democràtics lliures basats en l'horitzontalitat, la cooperació i l'autogestió.

Segons Graziano (1980), l'autogestió és: “la forma més avançada de participació, forma en la qual el públic exerceix el poder de prendre decisions dins de les empreses de comunicació, trobant-se al mateix temps capacitat i involucrat en la formulació de plans i polítiques de comunicació”.

A diferència dels mitjans tradicionals, els mitjans alternatius es caracteritzen per la seva transparència (en oposició a la anomenada *opacitat mediàtica*). Aquesta transparència es dona en l'organització interna de les mateixes iniciatives, en la producció dels continguts confiables amb els quals garanteixen que siguin d'interès general i en l'aspecte econòmic, moltes vegades rendint comptes públicament.

3.3.5. *Continguts*

Agafant de base l'esquema de Reguero (2017:137), es destaquen les següents característiques comunes sobre com és, majoritàriament, el contingut de la comunicació alternativa i quines són les seves formes habituals.

- ***Continguts minoritaris, locals i propis***
Hi ha una relació molt estreta entre el contingut minoritari i les experiències locals. La comunicació alternativa pretén visibilitzar quines són les realitats locals i fugir del contingut globalitzat i transnacionalitzat, posant especial èmfasi en rescatar el saber acumulat de moltes generacions⁴ (Gamucio, 2011) i en la creació de narratives, formats i llenguatges pròpies (Kaplún, 2019)
- ***Continguts experimentals i diversos***
Hi ha certa tendència a alterar els codis i signes dominants (guerrilla semiòtica) especialment en continguts contrapropagandístics, de sabotatge informatiu, culture jamming i subverting. Com a exemples internacionals destaquen *Guerrilla de la Comunicació* a Itàlia, o *Consume hasta morir* a Espanya.

⁴ Exemple actual d'un projecte que recull i difon el patrimoni musical de transmissió oral de les comarques de Girona. Recuperat de: <https://www.cantut.cat/>

- ***Continguts crítics i activadors de la mobilització***
La crítica social i el factor transformador propi de la comunicació alternativa es veu plasmat en el seu contingut. Continguts que fomenten l'entreteniment però també la participació i l'acció social col·lectiva des d'una perspectiva política, social i cultural amb una clara finalitat de mobilització social.
- ***Llenguatge directe i quotidià***
S'eviten els tecnicismes típics i abundants en els mitjans de comunicació hegemònics i s'empra un llenguatge senzill i comprensible per les comunitats a les quals va dirigida la comunicació.
- ***Estètica no hegemònica***
Habitualment no s'ajusta als estàndards propis dels mitjans hegemònics, prioritjant el procés de participació en comptes del contingut.
- ***Autoproducció i cultura del Do It Yourself (DIY)***
És habitual la cultura del DIY i els continguts autoproduïts, autopublicats i/o autoeditats (moltes vegades en condicions precàries). Aquesta fórmula respon a una manera més econòmica de crear el contingut, però també a una mostra de què no és necessari tenir grans mitjans per poder crear contingut transformador. Un exemple clar d'aquest tipus de comunicació alternativa són els fanzins.
- ***Programari i llicències lliures***
Hi ha certa tendència a fer servir programari lliure per elaborar els continguts així com a distribuir-lo lliurement a partir de llicències *copyleft* o *creative commons*. Aquestes fórmules alliberen el contingut i el fan més col·lectiu pel que fa al seu consum com també a la seva modificació o tractament.

3.3.6. ***Distribució i finançament***

La distribució i el finançament sempre han estat els dos punts febles dels àmbits alternatius de la comunicació. Fleischman, Ginesta i López Calzada (2009) resumeixen molt bé aquestes dues qüestions que Downing (1984) ja apuntava als anys vuitanta.

D'una banda, hi ha una clara dificultat per assegurar canals de distribució que vagin més enllà de les pròpies xarxes locals i que siguin perllongats en el temps. Això pot comportar certa endogàmia comunicativa en aquests sectors alternatius, la qual cosa pot incidir en el poder de transformació de la pròpia comunicació si el missatge no surt dels espais de debat més polititzats. Tot i que la distribució d'aquests continguts està caracteritzada per canals minoritaris, siguin mitjans propis o eines de propietat col·lectiva (procomuns), aquesta fórmula permet que l'accés sigui completament accessible.

A més, cal destacar la tendència per part d'alguns mitjans més comercials a la criminalització d'aquestes alternatives comunicatives concedint certa incredibilitat.

D'altra banda, la sostenibilitat econòmica dels projectes es pot veure afectada, ja que aquests busquen autofinançar-se i això no els permet una gestió a molt llarg termini, tal com apunten Fleischman, Ginesta i López Calzada (2009). Afegeixen que és habitual que "en tractar-se d'iniciatives

sense ànim de lucre, aquestes solen basar-se en la col·laboració voluntària dels seus participants, rebutjant publicitat o suport econòmic de fundacions o del propi govern, doncs això afectaria la independència del mitjà en qüestió”. Reguero (2017) destaca la figura dels inversors compromesos i apunta que “es busca que la font d’ingressos sigui compatible amb l’orientació del projecte per tal que no es vegi afectada la línia editorial. Normalment és la comunitat impulsora la que proveeix de majors recursos”.

També són típiques altres formes de finançament col·lectiu, com poden ser les caixes de resistència de les mateixes xarxes de suport mutu, les antigues mutualitats o l’actual format de micromecenatge de plataformes digitals.

3.3.7. *Intercooperació, xarxes i col·laboració*

Segons Gamucio (2011): “la creació de xarxes contribueix a consolidar els processos (comunicatius), i l’intercanvi els enriqueix”. A diferència dels mitjans hegemònics, els quals fomenten la competitivitat, els mitjans alternatius estableixen relacions de col·laboració creant xarxes solidàries organitzades per diferents comunitats amb necessitats comunes que enforteixen el teixit.

Tot i que el creixement exponencial no és una característica pròpia de la comunicació alternativa, l’escalabilitat de vegades és necessària per aconseguir que una iniciativa aconsegueixi el seu objectiu. En aquest sentit, l’agrupació amb altres iniciatives a través de la intercooperació i la col·laboració és la manera més habitual que els mitjans alternatius utilitzen per poder créixer de manera saludable i consolidar el projecte (en lloc de recórrer a la tradicional fórmula del gran inversor) o inclús per poder dur-lo a terme.

La intercooperació no només es dona en els processos relacionals o comunicatius, sinó que també és una eina molt potent per tal de compartir continguts o mancomunar-los de manera que no s’hagin de multiplicar els esforços i el resultat sigui molt més eficient.

3.3.8. *Cultura Local*

Els estudis culturals han tingut molta influència en la comunicació alternativa, però també cal dir que han estat molt criticats en els darrers temps per esdevenir massa eurocentristes.

Sense entrar de ple sobre la conceptualització i el significat de que és la cultura sinó des del seu sentit més ampli, la cultura s’entén com un bé comú que, segons Garcés (2013), no ha de ser sacralitzat, ni apropiat ni sectoritzat perquè perd el sentit propi. Garcés també defineix la cultura com “totes aquelles pràctiques i coneixements amb les quals donem sentit a la nostra experiència complexa com a societat”, i afegeix també que la cultura manca de sentit per si mateixa, i que per si sola “en abstracte i en singular, no és res” (Garcés, 2013).

La comunicació alternativa posa en valor allò comunitari que forma part de la seva pròpia cultura, com pot ser la llengua o allò local. Des d’aquesta mirada de cultura, a partir de l’aportació de diferents autores com Gamucio (2011), Rodríguez, Obregón y Vega (2002), es posa en relleu el caràcter local de la cultura en les pràctiques de la comunicació alternativa, ja que aquesta és localitzada i està determinada per factors socioculturals i polítics. Per tant, el procés de comunicació ha de posar en valor les particularitats de la cultura local per poder legitimar-se.

Des d'una perspectiva globalitzada, parlar de cultural local i de llengua pot semblar que perdi sentit, però de fet, és aquest caràcter globalitzat el que les posa en valor. Això no vol dir que altres llengües i cultures no puguin conviure, sinó que la interacció cultural (intercanvi entre llengües i cultures) només “són saludables quan tenen lloc en un marc d'equitat i respecte, mitjançant el diàleg crític, el debat de les idees i la solidaritat” (Gamucio, 2011).

Aquí la comunicació alternativa té un altre repte important, i és que cal abordar com s'integra el que és local en un món globalitzat. En aquest sentit les TIC de vegades poden afavorir un procés de “desancoratge cultural”, desvinculant les relacions socials dels seus contextos locals (Giddens, 2000: 32).

3.3.9. *Identitats*

La comunicació alternativa ha estat travessada per lluites identitàries des del seu origen fins a l'actualitat, des de les lluites anticolonials per part de les comunitats indígenes fins als diferents moviments socials afins a totes les polítiques identitàries que defensen els drets humans dels col·lectius considerats no normatius i que són els més vulnerats socialment. En aquest sentit, la comunicació alternativa és una eina molt important per articular els processos de construcció de les representacions socials i identitàries des de les pròpies comunitats.

És de vital importància concebre la comunicació alternativa des d'una perspectiva interseccional a totes les opressions i discriminacions. Segons Janz (2019): “es percep que, més enllà d'una lògica merament instrumental, els mitjans alternatius ocupen un lloc central en la resistència a les múltiples formes d'opressió”. Tot i que no hi ha massa referències al concepte d'*interseccionalitat* com a tal dins la teoria de la comunicació alternativa, sí que podem trobar aquesta relació en altres enfocaments comunicatius alternatius que darrerament han anat prenent força com són els models de comunicació no violenta, comunicació inclusiva o comunicació feminista.

En el cas del feminisme, hi ha una clara vinculació entre els moviments de la comunicació alternativa i les lluites feministes. Ja des dels anys noranta els col·lectius feministes es van apropiat de les tecnologies com a lluita política (Chaer, 2007). Tal com esmenta Burch (2013):

“La participació democràtica de les dones en els processos comunicatius constitueix una força significativa per enfortir els canvis, dotar de poder a les dones i promoure la igualtat. L'accés equitatiu de les dones en els mitjans massius, xarxes alternatives, noves tecnologies de la comunicació, i de manera global, en la distribució del “ciberespai”, és un element indispensable per garantir la igualtat entre els gèneres” (p.118).

Finalment destacar que, com diu Jule Goikoetxea: “tota identitat és material”. És a dir, les identitats es produeixen en cossos materials, i aquestes identitats necessiten ser vistes i ser materialitzades per poder transformar perquè si no es veuen, no es poden transformar. La comunicació alternativa, en aquest cas, té un paper importantíssim fent d'altaveu i fent visibles aquestes identitats.

4. La comunicació alternativa i ESS a Catalunya

La comunicació alternativa ha estat històrica i intrínsecament vinculada als moviments socials catalans i aquests sempre han tingut la necessitat de comunicar amb objectius i finalitats diferents a les de l'estatu quo, articulant els seus propis canals de comunicació. En la història de les lluites i els moviments socials de Catalunya del segle XIX i XX, destaquen l'associacionisme, el mutualisme i el cooperativisme com a lluites obreres potents que s'han servit de la comunicació alternativa per comunicar i difondre les seves idees i enfortir els seus moviments⁵.

Després de la dictadura franquista, a Catalunya es pot observar un esclat d'iniciatives cooperatives i de comunicació alternativa que destaquen pel seu caràcter innovador i per la seva voluntat de normalitzar la llengua catalana. Aquestes iniciatives es troben en l'àmbit de la premsa, la ràdio, el cinema, el video i la televisió (Fleischman, Reguero i Sáez, 2009).

En el context català actual es pot assenyalar que la relació que manté la comunicació alternativa i els moviments socials es dona, també, entre aquesta i el moviment de l'Economia Social i Solidària, paradigma recent que aglutina milers d'iniciatives socioeconòmiques que prioritzen les necessitats de les persones i la vida per sobre del lucre. Aquestes iniciatives s'acompanyen d'una comunicació alternativa que pretén promoure, difondre i impulsar el moviment, però també comunicar sobre temes d'interés general amb una perspectiva crítica apropiant-se dels mitjans tradicionals. Alguns dels mitjans de comunicació alternatius que destaquen del moviment són La Directa o El Crític, tot i que també es poden trobar iniciatives més enfocades pròpiament a la comunicació com el Festival de Comunicació Feminista CruCruCru impulsat per la cooperativa L'Apostrof o el congrés de comunicació i ESS #Comun_ESS.

4.1. Paral·lelismes teòrics entre comunicació alternativa i ESS

Des d'una perspectiva històrica comparada, existeix cert paral·lelisme respecte a com es construeix la manera d'entendre la comunicació alternativa i l'ESS a Catalunya. A continuació, i a tall d'introducció, es destaquen un seguit de paral·lelismes que ajudaran a entendre el context en el qual se situen els dos moviments.

– *Sorgiment en contextos de lluita social sense model previ*

En el seu origen es troben formes d'autogestió i d'organització democràtica sorgides de les lluites socials. Comparteixen doncs aquesta necessitat de ressorgir col·lectivament en moments de repressió amb una voluntat transformadora i un seguit de valors comunitaris compartits oposadament contraris al benefici del lucre i enfocats a cobrir les necessitats reals de la societat.

De la mateixa manera que la comunicació alternativa, l'ESS sorgeix sense un model previ dissenyat que serveixi com a precedent. Tal com destaquen Estivill i Miró (2020:18):

⁵ A Catalunya es destaca el paper rellevant d'Acció Cooperatista (antiga Revista Cooperativa Catalana) i l'Agrupació Femenina de Propaganda Cooperatista (1932) per difondre la cultura cooperativa.

“no ha estat planificat ni, fins molt recentment, s’ha disposat d’un horitzó compartit. Més aviat s’ha produït de forma acumulativa, en una proliferació descentralitzada, espontània i efervescent”. Segons Estivill i Dalmau (2020, citat per Estivill i Laville, 2020): “la hipòtesi central a l’hora d’elaborar un balanç bibliogràfic sobre l’economia social i solidària (ESS) a Catalunya és que aquest només es pot fer a mesura que la seva realitat i la consciència sobre ella avancen”.

També cal destacar, tal com s’ha vist en el cas de les iniciatives de comunicació alternativa en el context català, que l’Economia Social té el seu ressorgiment després de l’època de dictadura franquista amb la proliferació d’iniciatives i el fort creixement del moviment.

– *Conceptualització i teorització*

Tal com passa amb la comunicació alternativa, el procés de conceptualització i teorització de l’ESS no ha estat fàcil, ja que les seves pràctiques estan en constant procés de definició. Tot i que, tal com apunten Estivill i Dalmau (2020, citat per Estivill i Laville, 2020): “es pot afirmar que comença a ser possible revisar la producció escrita sobre l’ESS”, això no passa en l’àmbit de la comunicació on la teorització dins del model de l’ESS en el context català és pràcticament inexistent.

Al llarg de la recerca, s’ha pogut apreciar que el terme comunicació alternativa no és massa habitual entre els col·lectius comunicatius de l’ESS locals. És més habitual l’ús de la terminologia comunicació transformadora en el nostre entorn o bé altres categoritzacions més específiques com ara, comunicació feminista o comunicació inclusiva per referir-se a les formes de comunicació alternativa per part de les entitats de comunicació de l’ESS, fent èmfasi en la sectorialització de l’objecte d’estudi. Sense una anàlisi exhaustiva prèvia no es pot saber quin és el motiu concret, però s’intueix que aquesta dispersió teòrica localitzada de la qual es parlava al capítol de la definició del terme és la causant de que aquest terme no hagi arrelat tant en el territori català.

– *Comparteixen principis i valors*

Des d’una primera aproximació teòrica, s’intueix que no és difícil trobar punts d’aproximament entre la comunicació alternativa i l’ESS. Per fer una primera aproximació a l’estat de la qüestió des del marc teòric, s’ha elaborat una taula comparativa (Taula II) entre els dos models partint dels eixos definits en el capítol de la comunicació alternativa. Per elaborar la comparativa s’han tingut en compte els principis del cooperativisme de l’Aliança Cooperativa Internacional (ACI), alguns documents elaborats fins al moment sobre ESS com ara la proposta base de la futura llei d’ESS i les *15 mesures cap a l’Economia Social i Solidària als municipis* elaborades per la XES Catalunya.

	Economia Social i Solidària	Comunicació alternativa
Participació	<ul style="list-style-type: none"> - Adhesió/participació oberta (1r principi cooperatiu) - Processos participatius interns i externs amb les persones que formen part dels projecte 	<ul style="list-style-type: none"> - Bidireccionalitat en el procés comunicatiu, paper actiu del receptor - Participació oberta a tota la comunitat a través de processos participatius (no cal professionalització)
Transformació	<ul style="list-style-type: none"> - Voluntat de transformar les estructures de poder hegemòniques creant un model alternatiu que posi al centre les necessitats de les persones per sobre del lucre - Interès general cap al bé comú 	
Governança democràtica, autogestió i transparència	<ul style="list-style-type: none"> - Horitzontal, les persones de l'entitat estan implicades en tot el procés de gestió, participació i presa de decisions (2n principi cooperatiu) - Transparència en el model organitzatiu, productiu i econòmic (Eines d'avaluació: Pam a Pam o el Balanç Social) 	<ul style="list-style-type: none"> - Horitzontal, la comunitat està implicada en tot el procés comunicatiu, tant participativament com en la presa de decisions - Transparència en el model organitzatiu, productiu i econòmic - Transparència en els continguts
Autonomia i independència	<ul style="list-style-type: none"> - Creació d'un mercat social propi independent dels mercats hegemònics (4t principi cooperatiu) 	<ul style="list-style-type: none"> - Autonomia, independència i propietat col·lectiva dels mitjans - Dret a la comunicació (bé comú)
Intercooperació, xarxes i col·laboració	<ul style="list-style-type: none"> - Teixit social enxarxat (6è principi cooperatiu) - Promoció de l'ús de llicències lliures 	<ul style="list-style-type: none"> - Xarxes per tal de consolidar i emancipar el projecte - Ús de llicències lliures
Distribució	<ul style="list-style-type: none"> - Local i limitada a través de canals alternatius 	
Finançament	<ul style="list-style-type: none"> - Diversitat de fons: aportacions pròpies (3r principi cooperatiu), campanyes de micromecenatge, aportacions de col·lectius afins - Es contempla el cofinançament públic sempre que assegurin el control democràtic i l'autonomia del projecte 	<ul style="list-style-type: none"> - Diversitat de fons: aportacions de les pròpies comunitats, campanyes de micromecenatge, aportacions de col·lectius afins - En primer moment, es rebutja el finançament públic, tot i que es pot considerar si no condiona el projecte
Cultura local i identitats	<ul style="list-style-type: none"> - Arrelament al territori i participació en el teixit social - Mirada interseccional i compromís amb les cures i el mediambient 	
Educació, formació	<ul style="list-style-type: none"> - Formació a les persones sòcies de l'entitat, importància del desenvolupament personal (5è principi cooperatiu) - Escasa formació acadèmica reglada en ESS 	<ul style="list-style-type: none"> - Importància de l'educació mediàtica - Acompanyament formatiu a les comunitats no professionalitzades - Escasa formació acadèmica reglada en comunicació alternativa

Taula II. Comparació de models: Comunicació alternativa i Economia Social i Solidària. Elaboració pròpia a partir dels documents esmentats.

4.2. *El paper de la comunicació alternativa en el marc teòric de l'ESS*

Un cop detectats els paral·lelismes que existeixen entre la comunicació alternativa i l'ESS, s'ha analitzat detalladament quin és el paper que l'ESS concedeix a la comunicació alternativa dins del marc teòric. Per dur a terme aquesta diagnosi s'han analitzat diferents espais: el marc regulador, les eines d'avaluació i els estudis acadèmics.

4.2.1. *Marc regulador*

S'han estudiat diversos documents que conformen el marc regulador entre els quals hi ha cert consens entre l'administració pública i les entitats representatives de l'ESS. Aquests documents són la proposta base de la futura llei d'ESS, les 15 mesures cap a l'Economia Social i Solidària als municipis elaborades per la XES i els principis cooperatius de l'Aliança Cooperativa Internacional (ACI).

En el cas de la **proposta base de la futura llei d'ESS**, al llarg del document es destaca la importància de difondre, promoure i impulsar l'ESS:

“Promoure les formes de l'ESS per crear consciència i generar autoreconeixement i identificació amb uns valors que van més enllà de les formes jurídiques” (pàg.13)

“(La llei) Ha de visibilitzar les diverses realitats existents de l'ESS amb capacitat transformadora” (pàg. 16)

Es parla de promoure, generar autoreconeixement i visibilitzar les iniciatives amb capacitat transformadora dins de l'ESS, és a dir, comunicar valors i experiències de l'ESS per generar referencialitat i reconeixement social, la qual cosa és important, però es deixa de banda la importància de la comunicació com a agent actiu en aquesta actuació.

“També s'haurà de vetllar per la presència de l'ESS en els mitjans de comunicació públics, d'àmbits nacional i local, en qualsevol tipus de format, siguin escrits, radiats, audiovisuals o de la vessant digital” (pàg. 16)

“Caldrà fomentar la visibilització de l'ESS mitjançant campanyes envers la ciutadania i fer-la present en els diferents canals i mitjans de comunicació perquè s'hi pugui sumar” (pàg. 16)

Per tant s'entén que les institucions han de fomentar a través dels mitjans (principalment públics) l'ESS, però no s'hi va a més com per exemple podria ser l'atorgament d'una quota de pantalla. Més enllà de la bona voluntat que es persegueix amb aquesta proposta de llei, des d'un punt de vista crític, aquests apartats són especialment conflictius per diverses raons. Pel que fa al primer punt, perquè es dona per suposat que només existeix la comunicació a través dels mitjans públics i això dona la falsa sensació que no hi ha altres models polítics que puguin ser desenvolupats a l'hora de vetllar per la presència de l'ESS en mitjans de comunicació. Per exemple es podria optar per un model de llicències audiovisuals o radiofòniques socialitzades destinades a iniciatives purament comunitàries tal com defensa la comunicació alternativa. I en el cas del segon apartat, perquè el missatge, al dependre de les institucions, podria ser cooptat, distorsionat o assimilat de manera que dissuadeixi a determinades franges de població en lloc de persuadir-les.

Cal fer esment que actualment el marc regulador dels mitjans o propostes de comunicació alternativa, a causa dels diferents sectors als qual pertany la comunicació entesa des d'una perspectiva ampla (mitjans digitals, premsa escrita, televisió, ràdio,...), es troba disseminat en un conjunt molt extens de lleis internacionals, nacionals, autonòmiques i municipals. Algunes lleis, com ara la Ley General de la Comunicación Audiovisual (2010), preveuen regulacions específiques dins del sector audiovisual a aquest tipus d'iniciatives englobades en la categorització de mitjans comunitaris, i en molts casos aquestes vulneren els drets civils.

Pel que fa al document de les **15 mesures cap a l'Economia Social i Solidària als municipis**, es torna a passar per sobre en les qüestions comunicatives quan es parla de crear un relat cultural propi sobre la transformació socioeconòmica dels municipis facilitant:

“l'accés de les iniciatives de l'ESS als mitjans de comunicació i webs locals, visualitzant les iniciatives amb mapeigs i guies, recuperant la memòria cooperativa i popular local i fomentant la participació veïnal en els pressupostos municipals,...” (punt 14)

En el cas dels **principis de cooperació de l'Aliança Cooperativa Internacional**, només s'ha trobat una referència indirecta a la comunicació en el 5è principi: Educació, formació i informació, on es fa un esment:

“Les cooperatives proporcionen educació i formació a les persones sòcies, als representants escollits, als càrrecs directius i als treballadors/es per tal que puguin contribuir d'una manera eficaç, al desenvolupament de les cooperatives. Aquestes informen el gran públic, especialment els joves i els líders d'opinió, de la naturalesa i els beneficis de la cooperació”.

4.2.2. *Eines d'avaluació*

Pel que fa a les eines d'avaluació, s'han pogut analitzar els qüestionaris del Balanç Social i del Pam a Pam. Aquestes eines permeten detectar quin és el grau de sostenibilitat dels projectes de l'ESS en vers als criteris i indicadors establerts.

El **Balanç Social** és una eina d'avaluació d'impacte i rendició de comptes en la que s'avaluen criteris d'economia i política de lucre, equitat i democràcia, sostenibilitat ambiental, compromís social i cooperació i qualitat del treball. D'entre tots aquests criteris es troba un indicador concret sobre llenguatge no sexista en l'aparat d'equitat i democràcia:

“L'entitat utilitza un llenguatge no sexista i inclusiu?” (q4301).

A banda d'aquest indicador en clau comunicativa i algun més que contempla continguts de protocols i plans que poden tenir relació amb la comunicació interna d'una entitat, no s'ha trobat cap valoració sobre la perspectiva comunicativa en tot el Balanç.

El **Pam a Pam** és un mapa col·laboratiu d'entitats de l'ESS on s'avaluen quinze criteris de sostenibilitat de les iniciatives de l'ESS. En aquest cas, dels quinze criteris només un interpel·la a l'aspecte comunicatiu: l'ús de programari i llicències lliures.

4.2.3. Educació acadèmica reglada

S'han analitzat els següents estudis formatius: Postgrau en Economia Social i Solidària (impulsat per la UAB i en col·laboració amb el Teler Cooperatiu), Postgrau en Economia Social i Solidària (impulsat per la Ciutat Invisible i en col·laboració amb la UPF), Postgrau en Gestió i Direcció Cooperativa (UPF i TecnoCampus), l'assignatura d'Economia Social i Solidària (UB) i el Curs d'Especialització en Economia Social i Solidària (impulsat per la UdL i l'Ateneu Ponent Coopera).

Per fer l'anàlisi, s'ha examinat el pla d'estudis i el contingut disposat a la web (tret del Postgrau de la UAB que es coneix internament perquè s'ha cursat). Cal destacar que podria ser que el contingut real de les sessions formatives contingui informació en clau de comunicació que no ha estat analitzada en aquest apartat per una manca informativa en el pla d'estudis disposat a la web. També cal remarcar que s'entén que es tracta de formacions encarades a l'economia i no a la comunicació. Així i tot, s'ha vist important ressaltar quina és la mirada en clau comunicativa que es fa en aquests estudis.

Postgrau en Economia Social i Solidària (UAB i Teler Cooperatiu)

En aquest Postgrau destaquen dues sessions formatives sobre economia col·laborativa (cultura del procomú, programari i llicències lliures) a càrrec de les cooperatives Procomuns i femProcomuns, i una sessió formativa sobre comunicació amb una perspectiva feminista a càrrec de la cooperativa La Clara Comunicació, i centrada en comunicació participativa, cooperativa, feminista, inclusiva i interna.

Postgrau en Economia Social i Solidària (UPF, XES i Ciutat Invisible)

Aquesta formació conté una sessió formativa en Economia Col·laborativa, però manca qualsevol sessió en comunicació.

Postgrau en Gestió i Direcció Cooperativa (UPF i TecnoCampus)

En aquest Postgrau destaca un mòdul dedicat a la promoció de projectes de l'ESS, amb contingut de màrqueting i xarxes socials. Es pot apreciar que la línia d'aquest mòdul està enfocada en clau d'estratègia comercial.

Assignatura d'Economia Social i Solidària (UB)

L'assignatura d'Economia Social i Solidària impartida per la Universitat de Barcelona no contempla en el seu programa cap referència a aspectes comunicatius des de l'ESS, i està molt centrada a aspectes empresarials.

Curs d'especialització en Economia Social i Solidària (UdL i Ateneu Ponent Coopera)

Aquest curs contempla una sessió formativa en clau d'Economia Col·laborativa (procomuns i programari i llicències lliures) i també una sessió sobre sobirania comunicativa des d'una perspectiva crítica (mitjans de comunicació i xarxes socials).

Conclusions del marc teòric

Després d'una primera aproximació teòrica sobre la comunicació alternativa, de l'anàlisi comparativa entre aquesta i l'Economia Social i Solidària com a models no hegemònics i de l'estudi sobre quin és el paper de la comunicació alternativa en el marc teòric de l'ESS, que encara s'està definint, es poden destacar algunes conclusions.

En primer lloc, definir i estructurar el marc teòric sobre comunicació alternativa ha permès visualitzar i detectar el seu **potencial transformador** a l'hora d'articular els moviments socials.

D'entre les característiques més importants es poden destacar les següents:

- La importància de la **participació de la comunitat** implicada en els processos comunicatius
- L'**autonomia i la independència dels mitjans** alternatius envers els mitjans tradicionals per assegurar la seva sostenibilitat
- El seu **caràcter autogestionat democràticament** i el compromís amb la transparència
- La contribució en la **democratització de la comunicació**
- Els **continguts** de caràcter **crític, inclusius i activadors de la mobilització social**, així com l'aposta per l'ús de programari i llicències lliures
- La **distribució a través de canals alternatius minoritaris**
- El **caràcter autofinançat** de les iniciatives
- L'àmplia **estructura enxarxada** que permet consolidar els processos comunicatius
- La importància de fer conèixer i **preservar la llengua i la cultura locals**
- La **perspectiva interseccional** dels processos comunicatius

En segon lloc, tot i que la majoria d'estratègies de l'ESS tenen una relació directa amb els que són els pilars de la comunicació alternativa, es confirma que no existeix un marc teòric que prioritzi la perspectiva comunicativa en l'ESS, concloent doncs que la comunicació en general, i la comunicació alternativa en particular, no són aspectes prioritaris en el marc teòric i en la definició de la seva estratègia. S'ha pogut comprovar que **existeix una manca de transversalització de la qüestió comunicativa**, ja que en cap cas s'articula com un eix vertebrador propi de l'ESS. Això es pot veure clarament després d'analitzar quina és la implicació i l'espai que l'ESS concedeix a la comunicació alternativa en l'àmbit regulador, avaluator i acadèmic.

Si bé aquesta és una conclusió general després d'analitzar totes aquestes estratègies, cal fer un incís pel que fa al marc regulador donada la seva repercussió. En aquest sentit el conjunt de l'ESS ha de fer una feina molt important per tal d'incidir en totes aquelles lleis que regulen qüestions comunicatives per tal d'obrir noves vies legislatives més alineades amb la comunicació alternativa pel que fa a mitjans de comunicació, premsa, publicitat, mitjans i eines digitals, audiovisual...

Per últim, i enllaçant-ho amb els estudis previs realitzats per Barranquero i Sáez (2010) i l'anàlisi fet en l'àmbit acadèmic a Catalunya, es considera fonamental ampliar l'oferta formativa acadè-

mica reglada en clau de comunicació alternativa emmarcada dins dels estudis sobre ESS però no només. Des de l'acadèmia cal fer passos decidits en tots els estudis que tenen a veure amb aspectes de la comunicació.

En definitiva, el fet que l'ESS no sigui el model imperant implica que cal fer un sobreesforç comunicatiu. En aquest sentit, la comunicació alternativa actua com a peça clau articuladora en tot aquest engranatge. Per tant, **cal definir una estratègia conjunta organitzada, que centralitzi i transversalitzï la comunicació alternativa en tot el moviment de l'ESS.**

Limitacions del treball realitzat i possible línia de recerca

Un cop extretes les conclusions sobre el marc teòric de la comunicació alternativa i el seu model dins de l'ESS, queda més clara quina és la situació en l'àmbit teòric, però, què passa en la pràctica? Trobem en la pràctica el mateix grau de complexitat? Existeix certa endogàmia comunicativa dins de l'ESS? Poden les cooperatives, en tant que empreses, complir amb les característiques que la comunicació alternativa proposa? Existeixen reptes derivats de conflictes entre els principis ideològics de la comunicació alternativa i les pràctiques en l'ESS? Està l'ESS transformant comunicativament?

Sense una anàlisi acurada sobre quin és l'estat de la qüestió a Catalunya en l'àmbit pràctic no es pot donar resposta a aquests qüestionaments. No obstant, s'intueix que si la comunicació alternativa no és un eix prioritari en l'ESS des d'una perspectiva estratègica, difícilment es podrà transformar la realitat mitjançant pràctiques comunicatives. Tots aquests qüestionaments prèvis posen de manifest que cal fer una diagnosi sobre quin és l'estat de la qüestió a Catalunya des d'una perspectiva pràctica. Aquest treball no ha permès, per extensió, fer aquesta diagnosi. Així i tot, s'ha elaborat una primera proposta com a punt de partida d'una possible línia d'actuació que respongui a un procés de diagnosi participatiu sobre l'estat de la qüestió. Això hauria de servir com a revulsiu per definir una estratègia comunicativa conjunta transversalitzada en tot el moviment d'ESS.

Es proposa el **mètode d'Investigació-Acció Participativa (IAP)** per abordar críticament i col·lectivament aquesta diagnosi. Aquest mètode té el seu origen als anys quaranta (Kurt Lewin, 1944) i sorgeix de la necessitat de poder combinar investigació amb acció social. Es tracta doncs d'una metodologia investigativa basada en l'anàlisi crítica i l'aprenentatge col·lectiu i participatiu de les pròpies comunitats implicades en l'estudi, amb una mirada emancipadora i transformadora.

És important entendre la rellevància històrica d'aquest mètode i de les metodologies participatives en general. Derivada de les teories de la modernitat, fins als anys seixanta va existir una idea general preconcebuda en termes d'investigació: les persones no especialitzades, i moltes vegades amb pocs recursos socioeconòmics, no estan capacitades per analitzar la seva pròpia realitat. Freire (1968) desmenteix aquesta teoria i argumenta que de fet és primordial que les comunitats s'involucrin en el seu propi canvi perquè puguin identificar col·lectivament quines són les seves necessitats i els seus recursos per poder dissenyar les accions que possibilitaran la transformació. Per tant, un punt clau d'aquest mètode és la substitució d'una relació de subjecte/objecte (investigadora/investigada) per una relació de subjecte/subjecte (investigadora/investigadora).

El mètode IAP és un procés viu i flexible que s'anirà construint a mesura que avança la investigació per part de les comunitats implicades. Per tant, no s'ha pogut dissenyar una primera proposta més enllà de proposar el model d'estructura d'IAP proporcionat per Martí (2012) i de detectar alguns objectius que sorgeixen arran les reflexions fetes a l'inici d'aquest apartat.

L'**estructura** proposada consta de cinc etapes i està composta de tretze fases:

- **Etapa de pre-investigació:** *síntomes, demanda i elaboració del projecte*

Fase 0: Detecció dels símptomes i realització de la demanda

Fase 1: Plantejament de la investigació i elaboració del projecte d'investigació. Per ela-

borar el projecte, s'han de definir els objectius generals i específics, dissenyar les fases i les tècniques emprades en cada fase, i elaborar el cronograma del procés).

- ***Etapa de diagnòstic: coneixement del territori, acostament a la problemàtica a través de la recollida d'informació existent i entrevistes individuals***

Fase 2: Recollida d'informació

Fase 3: Constitució de la Comissió de Seguiment

Fase 4: Constitució del Grup IAP

Fase 5: Introducció d'elements analitzadors

Fase 6: Inici del treball de camp (entrevistes individuals)

Fase 7: Entrega i discussió del primer informe

- ***Etapa de programació: procés d'obertura del coneixement i punts de vista existents a partir de metodologia qualitativa i participativa***

Fase 8: Treball de camp (entrevistes grupals)

Fase 9: Anàlisi de textos i discursos

Fase 10: Entrega i discussió del segon informe

Fase 11: Realització de tallers

- ***Etapa de conclusions i propostes: negociació i elaboració de propostes***

Fase 12: Construcció del Programa d'Acció Integral (PAI)

Fase 13: Elaboració o entrega de l'informe final

- ***Etapa post-investigació: posada en pràctica del PAI i evaluació***

S'han detectat **tres objectius** que poden servir de base pel debat i la discussió en la primera etapa de pre-investigació:

- Analitzar l'estat de la qüestió de la comunicació alternativa a Catalunya en el context de l'ESS i detectar si existeixen particularitats entre les diferents regions de Catalunya (rural - urbà, gran ciutat - àrea metropolitana, centralisme - descentralització...)
- Mesurar de quina manera està transformant l'ESS des d'un aspecte comunicatiu, quins són els espais que s'han recuperat envers les estructures de poder, i quina ha estat l'afectació social
- Detectar si existeixen tensions comunicatives derivades de conflictes entre els principis ideològics de la comunicació alternativa i la pràctica cooperativa, tenint en compte quines són les necessitats de l'ESS en termes de comunicació i quines limitacions o reptes té la comunicació alternativa davant d'un model socioempresarial cooperatiu.

Referències bibliogràfiques

Almiron, N. (2011). Entrevista amb Núria Almiron: 'La societat hauria de considerar la comunicació com un bé democràtic essencial'. *Vilaweb*. Recuperat de: <https://www.vilaweb.cat/noticia/3834580/20110114/nuria-almiron-societat-hauria-considerar-comunicacio-be-democratic-esencial.html>

Assignatura Economia Social i Solidària (UB). Recuperat de: <http://grad.ub.edu/grad3/plae/AccessInformePD?curs=2019&codiGiga=366207&idioma=CAT&recurs=publicacio>

Balanç Social. Recuperat de: <https://mercatsocial.xes.cat/ca/eines/balancsocial/>

Bases de la llei d'economia social i solidària. Impuls d'un marc normatiu que reconegui l'economia social i solidària i la seva voluntat per transformar l'economia. Octubre 2020. Recuperat de: https://www.cooperativest treball.coop/sites/default/files/notas-prensa/arxius/bases_llei_economia_social_i_solidaria.pdf

Barranquero, A. (2005). Estudios de comunicación y vigencia de la teoría crítica en España. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 11, 1. Recuperat de <https://www.re-dalyc.org/pdf/181/18153294017.pdf>

Barranquero, A. i Treré, E. (2020). Los estudios sobre comunicación alternativa y comunitaria en Europa desde una perspectiva histórica y comparada. Dins F. Oliveira, G. Kaplún, M. Mariño i L. Custódio (Ed.), *Tradiciones de Investigación en Diálogo – Estudios sobre Comunicación en América Latina y Europa* (pp. 203). Ramada: Media XXI - Publicación, investigación y consultoría

Busquet, J. i Medina, A. (2013). *Sociologia de la comunicació*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya (UOC)

Castells, M. (2003). La interacció entre les tecnologies de la informació i la comunicació i la societat xarxa: un procés de canvi històric. *Coneixement i Societat*, 01. Recuperat de: <https://raco.cat/index.php/Coneixement/article/view/18287/452106>

Cerbino, M. i Belotti, F. (2016). Medios comunitarios como ejercicio de ciudadanía comunicativa: experiencias desde Argentina y Ecuador. *Grupo Comunicar*, 24, 47. doi: <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.3916/C47-2016-05>

Consell de l'Audiovisual a Catalunya (2018). *Estudi sobre la comunicació local a Catalunya*. Barcelona: CAC. Recuperat a: https://www.cac.cat/sites/default/files/2018-06/ESTUDI%20DE%20COMUNICACI%20C3%93%20LOCAL%20A%20CATALUNYA_DEF.pdf

Corrales F., i Hernández, H. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y Palabra, Relaciones Públicas* (70). Recuperat de: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/CORRALES-HERNANDEZ-REVISADO.pdf>

Curs d'especialització Economia Social i Solidària (UdL). Recuperat de: <https://ponentcooperat.cat/ca/c/curs-despecialitzacio-en-ess-46>

De Foncuberta, M. i Gómez Mompart, J.L. (1983). *Alternativas en comunicación*. Barcelona, España: Mitre

Estivill, J. i Laville, J.L., (2020). *Economia solidària i historia social*. Barcelona: Icaria

Estivill, J. i Miró, I. (2020). *L'Economia Social i Solidària a Catalunya. Foments teòrics i reptes estratègics*. Barcelona: Icaria.

Fleishman, L., Ginesta, X. i López Calzada, M. (2009). Los medios alternativos e internet: un análisis cualitativo del sistema mediático español. *Andamios: revista de investigación social*, 11, 2. Recuperat de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632009000200011

Fleischman, L., Reguero, N. i Sáez, C. (2009). Políticas de comunicación y sustentabilidad del tercer sector de la comunicación: el caso catalán en el contexto español y europeo. Dins *Actas del VII Congreso Internacional de ULEPICC: Políticas de cultura y comunicación: creatividad, diversidad y bienestar en la Sociedad de la Información*, 1, 377-405. ULEPICC. http://www.medioscomunitarios.net/barcelona/IMG/pdf/Ulepicc09_TSC_VF2.pdf.

Fundació Roca Galès (2019). *Catalunya, terra cooperativa*. Barcelona: L'Àpostrof SCCL i El Foli Verd SCCL

Gamucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. Dins J.M. Pereira i A. Cadavid, *Comunicación, desarrollo y cambio social*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana

Garcés, M. (2013). El sentit de la cultura. La cultura com a bé comú [Vídeo]. Recuperat de: <https://www.cccb.org/ca/multimedia/videos/el-sentit-de-la-cultura-la-cultura-com-a-be-comu/210767>

Graziano, M. (1980). Para una definición alternativa de comunicación. *Revista Ininco, Universidad de Venezuela*, Tercer trimestre. Recuperat de: <https://comunicacionymedios.files.wordpress.com/2007/03/graziano-hacia-una-definicion-alternativa-de-comunicacion.pdf>

grupo autónomo a.f.r.i.k.a., Blisset, L. i Brünzels, S. (2000). *Manual de guerrilla de la comunicación. Cómo acabar con el mal*. Virus Editorial.

Guardiola, I. (2021). Entrevista a Ingrid Guardiola: “La base del capitalismo és el foment de les desigualtats” [Vídeo]. Recuperat de: <https://www.youtube.com/watch?v=sah2RhXBINc> - potser nol fico

Havas Media (2011). *Actitudes ante el movimiento 15M/Acampadas*. Recuperat de: <http://recursos.anuncios.com/files/428/77.pdf>

Janz, K. (2019). *Periodismo alternativo y militancia feminista: Experiencias de portales digitales con enfoque de género en Ecuador*. Quito: Ediciones Ciespal. Recuperado de: <https://ediciones.ciespal.org/index.php/ediciones/catalog/book/17>

Kaplún, G. (2005). Cuatro ideas obvias para democratizar la comunicación. *Decisio*, 10. Recuperat de: https://www.crefal.org/decisio/images/pdf/decisio_10/decisio10_saber7.pdf

Kaplún, G. (2019). La comunicación alternativa entre lo digital y lo decolonial. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 141. Recuperat de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7320757.pdf>

Kaplún, G. Barranquero, A. i Treré, E. (2020). La comunicación alternativa en Europa i América Latina: qué lejos y qué cerca. Dins F. Oliveira, G. Kaplún, M. Mariño i L. Custódio (Ed.), *Tradiciones de Investigación en Diálogo – Estudios sobre Comunicación en América Latina y Europa*. Ramada: Media XXI - Publicación, investigación y consultoría

Lloreta, A. (2021). *Recorda l'humà*. Recuperat de: <https://lab.cccb.org/ca/recorda-lhumana/>

Marí, V. (2011). *Comunicar para transformar, transformar para comunicar. TIC desde una perspectiva de cambio social*. Madrid: Editorial Popular.

Marí, V. (2013). Comunicación, desarrollo y cambio social en España: entre la institucionalización y la implosión el campo. *COMMONS - Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital* 2 (3), 53-54. doi: <http://dx.doi.org/10.25267/COMMONS>

Martí, J. (2012). *La Investigación-Acción Participativa. Estructura y fases*. Recuperat de: https://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/08/m_JMarti_IAPFASES.pdf

Martori, A. (2019). ¿Televisión de proximidad o televisión local? El impacto de la proximidad cultural en los estudios de televisión en la era digital. *Zer: Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 24 (47). Recuperat de: <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/21073/19075>

Pam a Pam. Recuperat de: <https://pamapam.org/ca/>

Principis de cooperació. Aliança Cooperativa Internacional. Recuperat de: <https://www.ica.coop/es/cooperativas/identidad-alianza-cooperativa-internacional>

Postgrau en Economia Social i Solidària: desenvolupament local, cooperativisme i transformació social (UAB). Recuperat de: https://www.uab.cat/web/postgrau/diplomatura-de-postgrau-en-economia-social-i-solidaria-desenvolupament-local-cooperativisme-i-transformacio-social/informacio-general-1203328491238.html?param1-3780_ca/

Postgrau en Economia Social i Solidària (UPF). Recuperat de <http://www.formacio.coop/>

Postgrau en Gestió de cooperatives i empreses d'Economia Social. Recuperat de: <https://www.tecnocampus.cat/ca/postgrau/gestio-cooperatives-empreses-economia-social/pla-estudis>

Puig, X. (2018). *Izquierda, soberanía y poder. Entrevista a Jule Goikoetxea. “Los procesos de emancipación nacional cortocircuitan la privatización de la democracia”*. Recuperat de: <https://vientosur.info/los-procesos-de-emancipacion-nacional-cortocircuitan-la-privatizacion-de-la/>

Red de Medios Comunitarios (2018). *La ONU investiga a España por no asignar licencias a las TV comunitarias*. Recuperat de: <https://medioscomunitarios.net/2018/03/onu-investiga-espana-licencias-tv-comunitarias/>

Reguero, N. (2017). *Polítiques públiques i sostenibilitat dels mitjans lliures a Amèrica Llatina i la Unió Europea. De les ràdios lliures als comuns digitals* (Tesi doctoral). Recuperat de: <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/457757/nrij1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sáez, C. i Barranquero, A. (2010). Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación. *Congreso Internacional AE-IC Málaga 2010 “Comunicación y desarrollo en la era digital”*, Espanya. Recuperat de: <http://www.ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/453.pdf>

Xarxa d'Economia de Catalunya. (2019). *15 mesures cap a l'Economia Social i Solidària als municipis*. Barcelona: XES Catalunya. Recuperat de: https://xes.cat/wp-content/uploads/2019/04/15mesures_2019.pdf