

Comunicación alternativa. Debates, escenarios y redes

Alejandro Barranquero

Profesor e Investigador en la Universidad Carlos III de Madrid
abarranq@hum.uc3m.es

Cuando la comunicación alternativa emerge, sólo puede hacerlo con un propósito que va más allá de la mera perspectiva comunicacional: debe ser expresión de un proyecto histórico de cambio, de resistencia cultural y de construcción solidaria.¹

La comunicación alternativa en el centro del escenario digital

Ciberactivismo, desobediencia civil electrónica, culturas del procomún, multitudes inteligentes, etc. Desde finales del siglo XX, el nuevo entorno digital ha obligado a reconsiderar muchas de las antiguas categorías del debate de la comunicación alternativa. De hecho, el gran reto del mediactivismo contemporáneo pasa por comprender que esta revolución tecnológica inagotable en la que estamos inmersos ofrece tantas posibilidades para la transformación social –en ámbitos como la organización ciudadana, la participación o la generación de discursos de resistencia– como para el surgimiento de nuevas fórmulas de explotación y colonización del mundo de la vida.

En otras palabras, si las nuevas tecnologías de la información han contribuido a una expansión sin límites de las esferas públicas, o espacios participativos de deliberación que ayudan a profundizar en nuestras hoy precarias democracias,² en paralelo se multiplican las técnicas de video-control, el blindaje de la propiedad intelectual –telecomunicaciones, farmacéuticas, industria del entretenimiento–, la brecha cognitiva entre “inforricos” e “infopobres”, o la construcción de una cultura individualista, materialista y fragmentaria que pulveriza sin límites las antiguas identidades, con un correlato directo en el debilitamiento de las luchas sociales.

Situados en este contexto, las preguntas se multiplican y resulta cada vez más complejo encontrar respuestas eficaces para los retos del presente: ¿Qué nuevos territorios abarca hoy la comunicación alternativa? ¿Podemos seguir empleando esta controvertida etiqueta en una época en la que lo masivo nos interpela cada vez más

¹ F. Reyes Matta, «Consenso del Seminario», en F. Reyes Matta (ed.), *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*, ILET, México, 1983, p. 248.

² A este respecto conviene revisar el extenso debate en torno a la noción de «esfera pública» de Jurgen Habermas, que hoy revitalizan autores como Nancy Fraser, Craig Calhoun, James Curran o Peter Dahlgren.

desde lo popular y en la que lo alternativo participa, a su vez, de las lógicas dominantes? ¿Cuáles deben ser los nuevos repertorios de acción en un contexto en el que el poder político se ha convertido en mero poder simbólico y el económico en una información, creatividad y derechos de autor convertidos en la materia prima básica de la nueva riqueza?

Lo único sólido que no se ha desvanecido en el aire es que, tanto ayer como hoy, el escenario de la cultura sigue siendo objeto de disputa de dos actores enfrentados que luchan por obtener o mantener la hegemonía: por un lado, las industrias culturales y creativas, que, desde la óptica del lucro, siguen actuando como correa de transmisión de los poderes económicos y políticos, y, por otro, el de los agentes de la comunicación y la cultura alternativa, que, desde estrategias renovadas, intentan dar impulso a unos imaginarios más inclusivos y capaces de edificar democracia, justicia social o transformaciones sustantivas.

Sin embargo, la gran novedad de este cambio de siglo es que lo alternativo ha dejado de ocupar un lugar marginal y periférico en las teorías y los debates de la cultura para situarse en el centro mismo de nuevas discusiones en torno a la libertad de expresión (ej. Wikileaks) o a la generación de espacios ciudadanos de democracia radical, participativa, viral, planetaria, descentralizada... en un espejo de lo que todavía es hoy internet.

Crónicas de la comunicación alternativa

Los orígenes de la comunicación alternativa se pierden en la noche de los tiempos, por lo que rastrear sus inicios nos lleva a reconocer una diversidad de formas de expresión, sobre todo a partir del Renacimiento,³ que indican que la lucha de los individuos por hacerse ver y oír no es en absoluto un aspecto periférico de la Modernidad.

No obstante, los primeros modelos y metodologías datan de década de los sesenta del pasado siglo, fruto de un contexto histórico convulso marcado, por un lado, por el recrudecimiento de la guerra fría y el mantenimiento de regímenes de explotación poscolonial en los antiguos territorios europeos, y, por otro, por una emergencia sin precedentes de proyectos reformistas o revolucionarios en muchos de los cuales la comunicación comenzó a concebirse como un instrumento central para el empoderamiento, la organización de las bases o la construcción de iniciativas políticas menos jerarquizadas.

Así, en el fervor revolucionario posterior a 1968, Europa asiste a la eclosión y consolidación de un fenómeno singular que ayuda a transformar el modo de pensar y concebir la comunicación, hasta entonces circunscrita a medios de dominio público-estatal o privado-comercial: las primeras radios libres y piratas en países como Italia, Francia o Reino Unido.⁴ Estas emisoras estuvieron lideradas por nuevos movimientos sociales de carácter posmaterialista –ecologismo, feminismo, pacifismo, juventud,

³ Sobre todo a la invención de la imprenta y la aparición de fórmulas de reproducción masiva de textos. Un texto clásico al respecto es: M. Bajtin, *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*, Alianza, Madrid, 1987.

⁴ Con precedentes como las míticas Radio Caroline en Reino Unido o Radio Sicilia Libera, Radio Milano International, Radio Bologna, Radio Alice y Radio Popolare en Italia, las emisoras libres tuvieron una réplica destacable en la España de la Transición (Onda Lliure, Radio Madiuxa, TV Cardedeu, Radio Paraíso). En Estados Unidos, el término alternativo se aplicó desde la década de los sesenta a movimientos artísticos contraculturales y *underground*, protestas estudiantiles (*Free Speech Movement*) o prácticas culturales cercanas a la Nueva Izquierda o de reivindicación de identidades (afroamericana, feminista, etc.).

derechos culturales, etc.—⁵ y, pese a contar con escasos recursos y un sinfín de limitaciones legales, consiguieron alzar su voz contra un espacio radioeléctrico entendido hasta entonces como simple mercado y no como un servicio público accesible a toda la ciudadanía.

Por otra parte, los precedentes más inmediatos de la comunicación alternativa también se deben situar en Latinoamérica en iniciativas como las de las radios sindicales mineras de Bolivia, que desde los años cincuenta se convierten en el primer ejemplo mundial de autogestión integral de un medio de comunicación por parte del pueblo. Estas emisoras fueron concebidas, planificadas e incluso sostenidas económicamente por las propias comunidades mineras y actuaron como correa de transmisión de las reivindicaciones históricas de este colectivo habilitando estructuras de “micrófono abierto” o mediante la generación de contenidos críticos y autónomos, por ejemplo, en lenguas quechua y aymara, hasta entonces silenciadas en los medios generalistas del país.

La aparición de estos nuevos modelos comunicacionales –comunitarios, populares, alternativos– va a tener una resonancia destacable en el debate más radical y progresista habido nunca en el ámbito de la comunicación y la cultura: el del Nuevo Orden Internacional de la Información y la Comunicación (NOMIC) de la década de los setenta, promovido por la UNESCO y el Movimiento de Países No Alineados. Las discusiones culminaron con la publicación del Informe McBride (1980), en cuyas líneas se incitaba a los gobiernos a intentar frenar los procesos de concentración y monopolio cultural, eliminar los desequilibrios informativos entre Norte y Sur y estimular políticas nacionales de acuerdo al “derecho a la comunicación”, o lo que es lo mismo, la facultad de todos los ciudadanos de acceder y participar en los procesos comunicativos.

Tras su aprobación por la UNESCO (1980), este revolucionario informe provocó una airada reacción por parte del sector privado, que acusó a la institución de intentar implantar un sistema de censura gubernamental sobre la información, así como de limitar la libertad ejecutiva de las empresas. El punto culminante de la polémica llegaría, sin embargo, con la retirada de Reino Unido (1984) y de EEUU (1985) de la organización. La UNESCO, aunque reivindicó durante algunos años las recomendaciones del texto, acabaría desterrándolo definitivamente coincidiendo con el final de la guerra fría y la adopción de una Nueva Estrategia de la Comunicación (1989) menos crítica y solidaria con los problemas del Tercer y Cuarto Mundos.

El cénit de la discusión académica en torno a la comunicación alternativa también va a tener lugar en esa misma década de los ochenta, motivado por el debilitamiento del debate NOMIC-McBride y por un panorama cultural progresivamente caracterizado por procesos de desregularización y concentración mediática a escala transnacional. Es entonces cuando activismo y academia parecen replegarse en la búsqueda de una comunicación popular, de base, con escasos medios y a pequeña escala, al considerar que la lucha por democratizar las comunicaciones en el ámbito nacional o internacional era ya una batalla perdida. Estos hechos motivaron que durante los años ochenta los proyectos alternativos comenzasen a hacer gala de cierto agotamiento, cuando no de un estancamiento en posiciones en exceso maniqueas y románticas, que acabaron por situar a los ejercicios alternativos en un territorio marginal o de supuesta pureza en relación con los *mass media*.

⁵ En terminología de R. Inglehart, *The silent revolution: Changing values and political styles among Western publics*, Princeton University Press, Princeton, 1977.

En los últimos tiempos, y especialmente desde la década de los noventa, las experiencias se han diversificado a lo largo y ancho del planeta, una eclosión que hunde sus raíces en el surgimiento incesante de innovadoras herramientas tecnológicas (como internet) y, sobre todo, en una coyuntura histórica en la que los nuevos movimientos sociales de carácter local y global –Foro Social Mundial, grupos anti/alterglobalización, etc.– comienzan a hacer uso del poder de las redes al objeto de organizarse y hacer frente al debilitamiento del Estado del Bienestar y al avance imparable de políticas de corte neoliberal.⁶

Un campo de estudio conflictivo

Los medios alternativos constituyen un objeto de estudio complejo y problemático en relación con las teorías de los medios del binomio público-gubernamental y privado-comercial, puesto que sus «expresiones se han caracterizado históricamente por su carácter inconstante, difuso y en ocasiones efímero».⁷ Esto es fácil de comprobar si consultamos las casi cincuenta denominaciones que recoge el Alternative Media Global Project, una *wiki* colaborativa que pretende convertirse en la más ambiciosa base de datos en el sector: medios alternativos, comunitarios, radicales, ciudadanos, tácticos, autónomos, populares, libres, participativos, etc.⁸

La dispersión conceptual, así como la ausencia de un modelo preciso y acabado, tienen que ver además con el hecho de que el origen y la finalidad de este campo de estudio son eminentemente prácticos. Es decir, las categorías derivan de la experiencia misma y tienen que procurar adaptarse a un trabajo que se crea y se recrea cada día y que, con mucha frecuencia, tiende a rebasar con rapidez lo ya categorizado.

En segundo lugar, la comunicación alternativa constituye una teoría localizada y situada en tiempo y espacio, por lo que sus conceptos y metodologías se encuentran en permanente tensión con los contextos políticos y sociales de los que estas experiencias derivan. Debido a esto, resulta problemático delimitar modelos generales y universalizables a la extensa multiplicidad de unas prácticas concebidas desde los más diversos medios y estrategias. Por ejemplo, el concepto de lo “popular” no significa lo mismo en el contexto latinoamericano que en el anglosajón o el español, y la denominación comunicación para el desarrollo suele estar más difundida en los países del Sur que en los del Norte. De todo ello se extrae asimismo que un proyecto es alternativo, no por esencia o sustancia, sino siempre con respecto “a” algo: un contexto social, un adversario, unas desavenencias. Por tanto, la preposición “a” de la expresión debe entenderse en todo momento desde su carácter dialéctico, de conflicto o enfrentamiento con respecto a estructuras desfavorables a la libre expresión de la palabra.

Otro de los grandes dilemas que afronta este objeto de estudio es la definición misma de lo alternativo, puesto que esta etiqueta de uso común sigue siendo empleada con significados muy distintos y en ocasiones contradictorios.⁹ Fruto del convulso

⁶ Casos paradigmáticos son el levantamiento zapatista en Chiapas de 1994, coincidiendo con la aprobación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, o la movilización contra la Cumbre de la OMC en Seattle en 1999.

⁷ C. Sáez Baeza, «Invisibilización de la comunicación alternativa: propuestas de entrada y salida», *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 64, 2009, pp. 416-423.

⁸ www.ourmedianetwork.org/wiki

⁹ Piénsese por ejemplo en el reciente fenómeno del Tea Party en EE UU, que en sus estrategias comunicativas se autodefine como un movimiento sociopolítico alternativo frente a la hegemonía demócrata de Barack Obama. Desde nuestra perspectiva, estas acciones no se pueden considerar

contexto sociopolítico en el que nacen las primeras teorías –décadas de los sesenta y setenta–, la comunicación alternativa se concibió originariamente en negativo, desde la oposición, es decir, como todo aquello que esta no era (comunicación hegemónica o dominante) pero olvidando definir lo que estas formas de expresión constituían en esencia.

La raíz “alter” del concepto se interpretó entonces en dos sentidos, como diferente a lo convencional o como adicional a este, por lo que los medios alternativos se convirtieron en todos aquellos que ofrecían un discurso opuesto o suplementario al de los medios masivos, criticados por su carácter mercantilista, monopolístico y reproductor de la ideología dominante. En este esquema, lo alternativo se pensó, erróneamente, desde la noción más limitada de “contrainformación”, es decir, como información transmitida por grupos al margen del poder y orientada a aportar una versión del mundo distinta a la oficial. En consecuencia, el debate se cifró en el ámbito de los contenidos y las escalas (micro, pequeñas) y acabó por refugiarse en posiciones en exceso simplistas –lo alternativo como sinónimo de incorruptibilidad o de contenidos completamente al margen de la cultura masiva– y periféricas –medios pequeños y en los contornos del sistema–, dejando de comprender por tanto el carácter complejo, volátil y multiforme de estas manifestaciones.¹⁰

A partir de la década de los ochenta del siglo pasado y en buena parte influencia de los *Cultural Studies*, el debate comenzó a complejizarse y a escapar de las disyuntivas en las que permanecía atrapado a partir de la investigación “ideologista” y “dualista” primera.¹¹ Con la recuperación del concepto de “hegemonía” de Antonio Gramsci comenzamos a entender la dominación como un proceso tejido no sólo de fuerza y coacción, sino también de consensos y luchas abiertas por la producción y apropiación social del sentido. Asimismo, el control de un grupo social sobre otro ya no se concebiría más, en un sentido “marxiano” o “althusseriano”, como una imposición de arriba abajo, sino un proceso precario, conflictivo y abierto a la negociación y a la capacidad de agencia de los colectivos sociales, que comienzan a entender la cultura como espacio esencial de intervención en el que las relaciones de poder son establecidas pero potencialmente derribadas.¹²

Por otro lado, desde la concepción de la cultura como “mediaciones” de Jesús Martín Barbero, se abre «camino una percepción nueva de lo popular en cuanto trama, entrelazamiento de sumisiones y resistencias, de impugnaciones y complicidades»,¹³ por lo que la comunicación alternativa escapa de los márgenes de la cultura para situarse en su centro mismo, en tanto que espacio de búsquedas que desafía a la ideología dominante pero que al mismo tiempo participa y se imbrica con elementos de la cultura masiva.

propiamente alternativas, puesto que, lo alternativo, como señalaremos más adelante, se vincula a proyectos de cambio social, o no será nunca tal.

¹⁰ De ahí que aún sea difícil romper con la concepción de que los medios alternativos cumplen la norma de las tres “p”: pocos, pequeños y pobres.

¹¹ Esta es la crítica que plantean autores como Clemencia Rodríguez, que reivindica la necesidad de escapar de las posiciones dicotómicas del pasado: comunicación horizontal/vertical, macro/micro, artesanal/comercial, poderosos/desposeídos, o «David frente a Goliat», según sus palabras. (C. Rodríguez, *Fissures in the mediascape. An international study of citizens' media*, Hampton Press, Cresskill, NJ, 2001) o Jesús Martín Barbero, que señala que la prolífica investigación sobre comunicación alternativa y popular de origen latinoamericano derivó, en su repliegue, hacia perspectivas en exceso ideologicistas, incapaces de comprender la estrecha relación de influencia que existe entre la cultura popular y la masiva (J. Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, Barcelona, 2001, pp. 205, 221).

¹² A. Gramsci, *Cuadernos de la Cárcel*, Era, México DF, 1982.

¹³ J. Martín Barbero, *op. cit.*, 2001, p. 210.

A partir de estas lecturas, lo “altermediático” se comienza a pensar en positivo y desde entonces han sido permanentes los intentos por descubrir nuevos significados en la etimología de la palabra “alter-nativo”, ampliando con ello los contornos de la disciplina:

- Algunos debates han alertado acerca del carácter “alter-nativo” de estas prácticas –«alterar lo injusto, alterar lo opresor, alterar la inercia histórica que trae dominaciones sofocantes»–,¹⁴ por lo que la comunicación alternativa se ha ido asimilando poco a poco a la noción de comunicación para el desarrollo o para el cambio social. Es decir, los medios alternativos son aquellos que se orientan no sólo a criticar las estructuras injustas del sistema, sino a promover acciones colectivas a fin de transformarlas.
- Otros autores reclaman que la comunicación alternativa se debe definir por su carácter participativo y dialógico, atendiendo, como señala Rafael Roncagliolo, a lo que esta noción tiene de “otro” o “alter”.¹⁵ De esta manera, comunicación alternativa se convierte en toda aquella dirigida a generar procesos participativos de diálogo con el objeto de que la gente se (re) conozca a sí misma y a sus semejantes, promoviendo dinámicas de comunicación intercultural.
- Por otra parte, es cada vez más frecuente la alusión al concepto de medios comunitarios. Así, Dorothy Kidd invita a que nos fijemos en el último término de la expresión, “nativo”,¹⁶ puesto que estos medios nacen y están orientados a incidir en sus comunidades locales de origen, recuperando su memoria histórica y dando cauce de expresión a identidades no siempre reconocidas o escasamente representadas en los medios convencionales –poblaciones rurales, migrantes, obreros, ancianos, mujeres, indígenas, etc.–. En este esquema, la comunicación alternativa deviene un recurso esencial para la promoción de modos de vida e imaginarios hechos “por, para y sobre” las comunidades locales.

Acompañando a unas prácticas cada vez más diversas, a partir de los años noventa asistimos también a la eclosión imparable de una literatura académica que intenta reflexionar sobre este complejo universo y que culmina en 2001 con la publicación de tres relevantes volúmenes que guiarán el debate internacional de la nueva década: *Radical Media* de John Downing, *Citizens' Media* de Clemencia Rodríguez y *Alternative Media* de Chris Atton.¹⁷

Downing retoma el concepto ya desarrollado en una primera edición de este mismo libro de 1984, en la cual se refiere al sintagma comunicación alternativa como expresiones culturales de pequeña escala, no proselitistas y vinculadas a movimientos sociales y políticos de la esfera pública alternativa, con un potencial emancipador frente a las estructuras sociopolíticas excluyentes. Por su parte, Rodríguez se referirá al concepto de ciudadanía presente en la teoría política de Chantal Mouffe para aludir a medios de acceso abierto, basados en el voluntariado, sin ánimo de lucro y orientados a

¹⁴ F. Reyes Matta, «Comunicación alternativa: respuesta al compromiso político», en F. Reyes Matta (comp.), *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*, ILET/Friedrich Ebert Stiftung, 1983, p. 25.

¹⁵ R. Roncagliolo, «De las políticas de comunicación a la incomunicación de la política», *Nueva Sociedad*, nº 140, 1995, pp. 102-111.

¹⁶ D. Kidd, «The value of alternative media», *A Journal of Social Justice*, Vol. 11, Nº 1, 1999, pp. 113-119.

¹⁷ Nos referimos a C. Atton, *Alternative media*, Sage, London, 2001; J. Downing, *Radical media: Rebellious communication and social movements*, Sage, Thousand Oaks, 2001; y C. Rodríguez, *Fissures in the mediascape. An international study of citizens' media*, Hampton Press, Creskill, NJ, 2001.

la afirmación y construcción de ciudadanía y cambio social desde las prácticas cotidianas. Atton, por último, seguirá siendo fiel a la etiqueta original de la subdisciplina, pero centrará su análisis y reflexión en el proceso de organización, producción y distribución, incidiendo en el carácter prefigurativo de las prácticas democratizadoras que residen en potencia en la comunicación alternativa.

Ya en el ámbito español y europeo, una expresión que se ha popularizado en los últimos años es la de tercer sector de la comunicación, promovida, entre otras organizaciones, por la Red Estatal de Medios Comunitarios (ReMC)¹⁸ y asimilada en muchas ocasiones a la noción de medios comunitarios. De acuerdo a la ReMC, los medios del tercer sector serían aquellos:

- a) Promovidos por actores privados que tienen una finalidad social.
- b) Gestionados por organizaciones sociales de diverso tipo.
- c) Orientados a satisfacer las necesidades de comunicación y a habilitar el ejercicio del derecho a la información y libertad de expresión de las personas integrantes de comunidades determinadas, sean estas territoriales, etnolingüísticas o de intereses, ante las cuales son responsables.
- d) Abiertos a la participación lo más amplia posible respecto la propiedad del medio y el acceso a la emisión, así como a las diversas decisiones de programación, administración, operación, financiamiento y evaluación.
- e) Que no tienen fines de lucro.
- f) Que no realizan proselitismo religioso ni político.¹⁹

Con todo esto podemos concluir que los debates sobre la comunicación alternativa han acabado por certificar que esta no era exclusivamente una cuestión de mensajes ni que tenía que ver con escalas (puesto que lo contrahegemónico se puede ejercer desde medios artesanales o desde fórmulas de mayor proyección), sino que lo alternativo se define esencialmente en los objetivos (de cambio social), en las formas de organización y gestión de los procesos comunicacionales (dialógicas, participativas, assemblearias) y, sobre todo, en la relación con las audiencias, que de ser concebidas como actores pasivos en los medios convencionales, pasan a formar parte activa del proceso comunicacional, convirtiéndose en los “prosumidores” (productores-consumidores) o “emirecs” (emisores-receptores), que en los años setenta preconizaron autores como Alvin Toffler o Jean Cloutier.²⁰

Las redes de la comunicación alternativa en el ámbito internacional

En la actualidad, buena parte del trabajo en torno a la comunicación alternativa ha comenzado a articularse a través de redes de mediactivistas que contribuyen, desde las más diversas plataformas tecnológicas, a generar conocimiento colectivo e intercambiar experiencias y acciones para la promoción de una comunicación más plural. En el ámbito internacional, tal vez la referencia más conocida sea Indymedia, una red global

¹⁸ Principal asociación de medios y proyectos alternativos y comunitarios del Estado español. Agrupa más de un centenar de radios, televisiones, medios impresos y digitales. Fue creada en 2005 y en el 2009 se constituyó legalmente como asociación: www.medioscomunitarios.net

¹⁹ L. Fleischman, N. Reguero y C. Sáez, «Políticas de comunicación y sustentabilidad del tercer sector de la comunicación: el caso catalán en el contexto español y europeo», *Actas del VII Congreso Internacional ULEPICC «Políticas de cultura y comunicación: creatividad, diversidad y bienestar en la Sociedad de la Información»*, Vol. 1, 1009, pp. 377-405.

²⁰ A. Toffler, *The third wave*, Bantam, Nueva York, 1980 y J. Cloutier, *L'ère d'emerec. La communication audio-scripto-vissuelle à l'ère des self-média*, Les Press de l'Université de Montréal, Montréal, 1973.

de periodistas independientes surgida en 1999, que promueve un ejercicio informativo crítico y abierto a la participación de cualquier interesado.²¹

En el ámbito de la radio, medio con especiales facultades para la comunicación ciudadana,²² una de las redes más antiguas y modelo a su vez de otras muchas, es la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). Fundada en 1983, AMARC se ha constituido como la principal organización no gubernamental al servicio del movimiento de la radio comunitaria, por lo que agrupa en la actualidad a más de 4.000 emisoras en más de un centenar de países. Entre sus actividades figuran planes de formación, publicaciones, encuentros y estrategias de *lobby* para promover políticas públicas en torno a la materia.²³

Otra de las redes más veteranas, desde 1975, es la Asociación Cristiana para la Comunicación Social (WACC), una organización no gubernamental promovida por sectores cristianos progresistas, pero abierta a profesionales de cualquier confesión religiosa. La red trabaja por la promoción de la comunicación para el cambio social y el derecho a la comunicación congregando a un total de 1.500 instituciones e individuos de más de 100 países. Entre sus tareas incluye el apoyo a proyectos en curso, la investigación y publicación de informes y revistas, la organización de encuentros o programas de monitoreo de medios.²⁴

Dentro de las iniciativas más recientes, cabe destacar otras tres redes que, pese a su juventud, se han consolidado como tribunas de reflexión e interconectividad entre movimientos sociales a nivel global. Fundada en 2001, OURMedia/NuestrosMedios es una red global creada con el fin de facilitar el diálogo entre académicos, activistas y profesionales en comunicación alternativa y medios ciudadanos. Una de las características más singulares es su carácter horizontal, puesto que carece de directiva y de institucionalidad formal, lo que no le ha impedido demostrar una gran capacidad organizativa, manifestada en la organización de encuentros anuales, la distribución de noticias o la difusión de un buen número de documentos virtuales sobre la materia.²⁵

Por otra parte, nacida en 2000, La Iniciativa de la Comunicación, constituye una comunidad virtual global que agrupa a casi una treintena de organizaciones internacionales sin ánimo de lucro interesadas en compartir sus experiencias en el ámbito del pensamiento crítico, las políticas de comunicación y los medios para el desarrollo. Entre sus iniciativas figuran la publicación de boletines electrónicos periódicos de información y ofertas de empleo por áreas, la disposición de bases de datos sobre personas, colectivos y agencias del sector, y el acceso a una extensísima base de artículos sobre teorías y experiencias en la materia.²⁶

Por último, el Consorcio de la Comunicación para el Cambio Social, nacido de un conjunto de reuniones (1997-2000) promovidas por la Rockefeller Foundation para implementar el nuevo concepto de “comunicación para el cambio social”, cada vez más

²¹ www.indymedia.org

²² En comparación con medios como la televisión o los periódicos, entre las principales potencialidades de la radio para la comunicación alternativa se pueden destacar: el escaso presupuesto necesario para la producción, realización y difusión de programas, el fácil acceso y manejo por su sencilla tecnología, la posibilidad de alcanzar un amplio radio de acción, la conexión con la cultura eminentemente oral de muchas poblaciones o el estímulo de la creatividad y la imaginación a través de imágenes sonoras.

²³ www.amarc.org

²⁴ www.waccglobal.org

²⁵ www.ourmedianetwork.org

²⁶ www.comminit.com/la

presente en agencias de desarrollo y colectivos ciudadanos, se ha constituido como una interesante red de trabajo internacional que congrega a organizaciones dedicadas a los procesos participativos de comunicación, y que apoya, asesora y evalúa proyectos en curso, además de disponer de publicaciones propias o de promocionar una red universitaria de apoyo a la formación en este campo.²⁷

²⁷ www.communicationforsocialchange.org