

# INFORME ANUAL

# 2022

# RICCAP

Red de Investigación en Comunicación  
Comunitaria, Alternativa y Participativa

#### Coordinadores:

Eva González Tanco  
Alejandro Barranquero



#### Autores:

Isabel Lema Blanco  
Núria Reguero  
José Emilio Pérez  
Ángel Barbas  
Eloi Camps Durban

Luis Alain de la Noval  
M. Cruz Tornay-Márquez  
Raúl Rodríguez Ortiz  
Nieves Limón  
Dafne Calvo

Para citar esta publicación:

RICCAP (2023). Informe anual 2022. Prácticas e investigaciones en el Tercer Sector de la Comunicación. Madrid: RICCAP.

Fecha de publicación: 15 de enero de 2023

ISSN: 2660-9339

## Editorial

# Es hora de repensar e impulsar el sector

Desde el inicio de este informe sobre la situación de las experiencias y los análisis sobre el Tercer Sector de la Comunicación, hemos debido enmarcar estas prácticas en la excepcionalidad de una pandemia y sus sucesivas oleadas, una recesión y una guerra. Contextos que además marcan y profundizan algunas de las dolencias más vergonzosas del ámbito de la información y la comunicación, como las *fake news*, el *microtargeting* y la microburbuja algorítmica o la dependencia digital de las democracias occidentales. Y mientras esto sucede, o pese a ello, este año 2022 se ha consolidado la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual, que sustituye a la de 2010 y que acoge las Directivas europeas a las que tenía que incorporarse el Estado español. En el ámbito del Tercer Sector, la ley falla de nuevo en la medida en que no ofrece mecanismos estables de financiación que permitan soñar con la creación de nuevos medios participativos y ciudadanos, o dar sostenibilidad a los existentes. No obstante, la norma sí recoge la inquietud de muchos medios que han sufrido la precariedad y la persecución y aún así han seguido adelante en su labor social, y plantea una modalidad de concesión de licencias sin necesidad de concurso, acreditando un recorrido previo. También la norma dirime las posibilidades de los medios del tercer sector para incluir anuncios institucionales y publicidad de empresas locales, una faceta de la financiación que cada iniciativa deberá valorar. La ley incluye también un artículo sobre alfabetización mediática, que problematiza pero no regula, aunque parece alinear esta necesidad de la ciudadanía con la experiencia de los medios comunitarios. En definitiva, a todos los medios que atienden la demanda de contenidos locales y de proximidad, de titularidad comunitaria, sin ánimo de lucro y que defienden la diversidad de sus ciudadanos, les toca decidir cómo van contribuir a seguir abriendo esas grietas en el ecosistema mediático, privatista y capitalizado, por las que caben la democracia y la dignidad de las personas. También fuera de nuestras fronteras, en el ámbito iberoamericano se han reformado o creado algunos marcos legislativos favorables al mejor acceso de los medios comunitarios. En los países pioneros de las leyes de tercios, por ejemplo Argentina, Uruguay, Bolivia y Ecuador, se han dado pasos para el reparto equitativo de frecuencias y de fuentes de financiación para los tres sectores. Sin embargo, ha sido un *annus horribilis* en materia de derechos humanos, con 37 comunicadores/as asesinados (hasta noviembre) y demostraciones de desprecio a los organismos encargados de protegerlos, como el hecho de que Guatemala aún no haya adoptado medidas para restaurar el derecho de las emisoras comunitarias indígenas vulneradas, como ordenó la Corte Interamericana de Derechos Humanos en diciembre de 2021. Este informe profundiza en estos aspectos, en casos concretos de medios del tercer sector y en la investigación académica sobre esta área, imprescindible para seguir afirmando el derecho a la comunicación y a la información. Esperamos que se sitúa como un punto de encuentro para el debate y la construcción de alianzas en favor de la independencia mediática y la justicia ecosocial. Si el año pasado pedíamos “no bajar la guardia”, este año invitamos a repensar el sector y a unir fuerzas para seguir reclamando reformas mediáticas de mayor calado.

## Prácticas e investigaciones en el Tercer Sector de la Comunicación

### INFORME ANUAL 2022

#### Capítulo 1 NOVEDADES EN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Aprobada la nueva Ley 13/2022 General de Comunicación Audiovisual. *Isabel Lema Blanco*

#### Capítulo 2 EL TERCER SECTOR DE LA COMUNICACIÓN EN ESPAÑA

De la COVID-19 a la esperanza de la regularización: un año de intensa actividad. *Núria Reguero y José Emilio Pérez Martínez*

Los medios independientes: situación, avances y desafíos. *Ángel Barbas*

Los medios cooperativos. *Eloi Camps Durban*

#### Capítulo 3 INFORME AMÉRICA LATINA Y CARIBE

Retrocesos en el ámbito de la democratización de la información y la comunicación. *Luis Alain de la Noval, M. Cruz Tornay-Márquez, Raúl Rodríguez*

#### Capítulo 4 LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN ALTERNATIVA, PARTICIPACIÓN Y MOVIMIENTOS SOCIALES DURANTE 2022. *Nieves Limón, Alejandro Barranquero y Dafne Calvo*

Producción bibliográfica de RICCAP



# 1

## NOVEDADES EN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

### Aprobada la nueva Ley 13/2022, Ley General de Comunicación Audiovisual

Isabel Lema Blanco

Tras años de debates y discusión, las Cortes Generales aprobaron en 2022 la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual. Como aspectos fundamentales, la norma reconoce al tercer sector audiovisual, incorpora las directivas europeas relacionadas, asume de facto la situación precaria e irregular de muchos medios ciudadanos y abre la puerta a las iniciativas de alfabetización mediática.

El pasado año 2022, las Cortes Generales españolas aprobaron el texto de la nueva [Ley 13/2022](#) de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, mediante la que se incorpora al derecho español la Directiva 2010/13/UE de 10 de marzo, de servicios de comunicación audiovisual, y la Directiva (UE) 2018/1808 de 14 de noviembre. Esta nueva ley deroga la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, que resultó ser una ley fallida para el sector de los medios comunitarios, al no haber servido para la protección del sector y el reconocimiento de las licencias de emisión es-

peradas por las radios y televisiones comunitarias ([Lema-Blanco, 2020](#)).

La Ley 13/2022 General de Comunicación Audiovisual es una norma que trata de abarcar un amplio espectro de prestaciones y servicios de comunicación audiovisual, atendiendo a la multiplicación de formatos y a la globalización de los operadores, e incluyendo operadores nuevos como las plataformas de vídeo bajo demanda, el fenómeno de los “influencers y streamers” ([De Miguel, 2022](#)), o el desarrollo del mercado de producción audiovisual. Esta nueva ley también regula la prestación



del servicio de comunicación audiovisual autonómico y local, sin perjuicio de las competencias de las Comunidades Autónomas y los entes locales en sus respectivos ámbitos, lo que establece cambios substanciales para el sector de los comunitarios en relación con la norma de 2010.

Aunque la LGCA de 2010 reconoció por primera vez la existencia de servicios audiovisuales y comunitarios sin ánimo de lucro, esta no desarrolló una normativa específica para la concesión de licencias para el tercer sector audiovisual. Así, durante los 12 años de vigencia de esta norma, los medios comunitarios continuaron en situación de irregularidad, lo que suma ya cuatro décadas de trabajo sin

ningún respaldo legal o concesión administrativa, excepto casos excepcionales. Aún más, esta situación de alegaldad favoreció algunos procedimientos sancionadores contra algunas televisiones y radios comunitarias, como el caso de CUAC FM (Lema-Blanco, 2020).

La Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2022 supone una mejora en el reconocimiento de los derechos de los servicios comunitarios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro, por cuanto establece que “se promoverá la pluralidad de la comunicación audiovisual mediante la promoción de la existencia de un conjunto de medios de comunicación, tanto públicos como privados y

comunitarios, que reflejen el pluralismo ideológico y político y la diversidad de la sociedad” (artículo 5.1).

Por otra parte, el artículo 10 plantea la necesidad de establecer medidas de **alfabetización mediática** e insta a las autoridades audiovisuales y a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual a favorecer dicha alfabetización en todos los sectores y grupos de edad de la sociedad, incluyendo explícitamente a los medios comunitarios:

“La autoridad audiovisual competente, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual comunitario sin ánimo de lucro y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, en cooperación con todas las partes interesadas, incluidas las organizaciones, asociacio-

## El texto reconoce el derecho preexistente para medios con recorrido acreditado desde 2017

## La ley no establece mecanismos estables de financiación para crear nuevos medios del tercer sector

nes, colegios y sindicatos profesionales del ámbito de la comunicación y el periodismo, adoptarán medidas para la adquisición y el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática en todos los sectores de la sociedad, para los ciudadanos de todas las edades y para todos los medios, y evaluarán periódicamente los avances realizados” (art.10.1).

Poniendo el foco en aquellos aspectos que conciernen exclusivamente a los medios asociativos de titularidad privada, el artículo 2.15 de la nueva legislación recoge una novedosa definición de los medios audiovisuales comunitarios. Lo hace en los siguientes términos:

“Servicio de comunicación audiovisual televisivo o

radiofónico comunitario sin ánimo de lucro: Servicio de carácter no económico prestado por organizaciones o entidades privadas sin ánimo de lucro, en los términos previstos en esta ley, a través de **cualquier modalidad tecnológica** y que ofrece **contenidos de proximidad** destinados a dar respuesta a las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de las comunidades y de los grupos sociales a los que da cobertura, basándose en **criterios abiertos, claros y transparentes** de acceso respecto a la emisión, la producción y la gestión, asegurando la máxima participación ciudadana y el pluralismo” (art.2.15).

El artículo 81 de la nueva ley, relativo a la prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo comunitario sin ánimo de lucro mediante ondas hertzianas terrestres, establece que dicho servicio se prestará en un **ámbito geográfico local** (o inferior), previa concesión de licencia por parte de la Comunidad Autónoma, y atendiendo a la planificación de espectro radioeléctrico realizada por el Estado. Asimismo, se prohíbe la transmisión, arrendamiento o cesión de dicha licencia, así como cualquier otro negocio jurídico (art.81.2c).

Se establece además que estos servicios sin ánimo de lucro no incluirán ningún tipo de publicidad, con la única excepción de **permitir la promoción de bienes y servicios de proximidad, anuncios institucionales** (“de servicio público”) o aquellas **promociones de carácter benéfico** o no oneroso, en los siguientes términos:

“No incluirá ningún tipo de comunicación comercial audiovisual, salvo aquellas cuyo objeto sea exclusivamente promocionar bienes y servicios relacionados con la actividad de personas físicas o jurídicas establecidas en el ámbito de cobertura del servicio, así como los anuncios de servicio público o de carácter benéfico” (art.81.2b).

Uno de los avances más relevantes de esta nueva legislación se refiere al articulado de la Disposición Transitoria tercera: “Servicios de comunicación audiovisual televisivos y radiofónicos comunitarios sin ánimo de lucro mediante ondas hertzianas terrestres preexistentes”. Enfocada directamente a las radios y televisiones comunitarias, **reconoce el derecho de aquellos medios existentes desde 2017** a acceder directamente a una licencia de FM de acuerdo con las siguientes condiciones:

“Los servicios de comunicación audiovisual televisivos y radiofónicos comunitarios sin ánimo de lucro mediante ondas hertzianas terrestres que

acrediten su funcionamiento ininterrumpido durante los últimos cinco años, sin haber causado problemas de interferencias, y pretendan continuar su actividad, podrán solicitar, en el plazo de seis meses desde la entrada en vigor de esta ley, la concesión del correspondiente título habilitante a la autoridad audiovisual autonómica competente, conforme a las disponibilidades de espectro radioeléctrico. A estos efectos, la autoridad estatal competente en materia de planificación y gestión del espectro radioeléctrico **reservará el dominio público radioeléctrico necesario** para la prestación de estos servicios” (Disposición Transitoria 3ª). Del tenor de esta disposición transitoria se deduce que el Gobierno es plenamente consciente de la situación de desamparo e irregularidad que venían sufriendo los medios locales de titularidad ciudadana del país. Es por ello que plantea una solución en forma de concesión de licencias de emisión sin

necesidad de concurso, lo que otorga seguridad jurídica a las radios y televisiones libres y comunitarias, y atiende a una demanda histórica del sector (Fernández Cabarcos, 2022; Muñoz, 2021).

De acuerdo a lo señalado, hay que valorar que la nueva ley abre la puerta a nuevas fuentes de financiamiento para un sector que viene sufriendo durante años un alto grado de precariedad y amateurismo: por un lado, hay un reconocimiento explícito de los medios comunitarios como actores relevantes para los programas de alfabetización y formación mediática y, por otra parte, en el artículo 81.2, se abre la oportunidad a que estos medios puedan emitir anuncios institucionales o publici-

## Varios países europeos han articulado medidas en favor de los medios del tercer sector, años antes que en España

dad de empresas locales. Es de esperar pues que las entidades locales y las empresas de proximidad cuenten con estos medios para promocionar sus actividades y productos. Sin embargo, se abre un nuevo debate en el seno de los comunitarios sobre cómo gestionar este tipo de actividad comercial, en caso de que esta sea aceptada por las distintas entidades, y en qué medida desean depender de este tipo de financiación externa.

Por el lado negativo, una vez más, el legislador ha desaprovechado la oportunidad de establecer una política de comunicación que garantice la viabilidad, sostenibilidad e independencia de los medios comunitarios. En este sentido, la nueva ley no establece mecanismos estables de financiación que favorezcan la creación de nuevos medios de proximidad participados por la ciudadanía, así como la sostenibilidad financiera y social de los ya existentes. Este respaldo permitiría, por un lado, contratar a un

número respetable de periodistas, comunicadores sociales o promotores culturales y, por otro, ello contribuiría al incremento del pluralismo mediático en un país donde existe una alta concentración de la propiedad de los medios de comunicación, especialmente en los mercados audiovisuales, tal y como evidencia el último informe del Media Pluralism Monitor (Suau et al., 2022).

Por último, observando el panorama europeo, son numerosos los países del entorno que han articulado diferentes medidas de protección y promoción de los medios del tercer sector, inexistentes en España hasta el momento, tal y como denunciaba quien fuera coordinador de la ReMC durante el periodo 2018-2022, Mariano Fernández Cabarcos, en una intervención en comisión parlamentaria anterior a la aprobación de la ley, durante 2022. Así, una vez sancionada esta norma, queda en mano de las instituciones públicas estatales, autonómicas y locales que se establezcan las herramientas necesarias para garantizar su supervivencia. En especial, convendría adoptar medidas de fomento que permitan desarrollar proyectos robustos de comunicación de proximidad que garanticen el pluralismo informativo y el derecho de acceso de la ciudadanía (Lema-Blanco, 2022), en consonancia con las recomendaciones promovidas por el Parlamento Europeo (2008) o el Consejo de Europa (2009, 2018).

## EL TSC EN ESPAÑA

### De la COVID-19 a la esperanza de la regularización: un año de intensa actividad

La pandemia se enfrentó desde el tercer sector de la comunicación con un refuerzo histórico de las prácticas colaborativas sobre todo entre las emisoras libres y comunitarias. No fue en vano: ahora sus colectivos y asociaciones se preparan para afrontar los retos de la nueva ley del sector.

Si el año pasado señalábamos que la actividad de las emisoras libres y comunitarias en el Estado español había estado marcada por una progresiva vuelta a la presencialidad y a la normalidad, creemos poder afirmar en 2022 que, sin duda, esta se ha recuperado totalmente.

La vuelta a la actividad cotidiana de estos proyectos comunicativos ha producido una serie de hitos que podemos calificar como históricos. De entre ellos merece la pena destacar, en primer lugar, la *intervención de Mariano Fernández*, presidente de la ReMC y miembro de CUAC FM (emisora comunitaria de A Coruña) en el Congreso de los Diputados en el contexto de la jornada bautizada *Ley Audiovisual: escuchando al sector*, organizada por el grupo confederal de Unidas Podemos el 11 de febrero. A esta jornada acudieron representantes de los distintos sectores afectados por la nueva ley, aún no aprobada en aquel momento, y en la misma, a

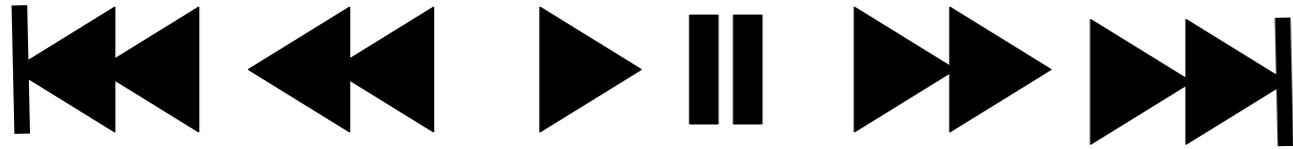
través de un símil muy imaginativo y visual entre los medios comunitarios y las nutrias marinas, el presidente de la ReMC presentó la utilidad social de estos proyectos y la necesidad de protegerlos.

En segundo lugar, debemos apuntar la importancia la mención especial del jurado dentro de los Premios Ondas Nacionales de Radio en la categoría de Mejor programa de radio de proximidad recibida por la emisora comunitaria Onda Color (del barrio de Palma Palmilla de Málaga) por su ficción sonora *La Desbandá*. Este reconocimiento supone un considerable espaldarazo a la calidad y profesionalidad de estas radios.

En tercer lugar, es necesario recoger en este informe la puesta en marcha del proyecto *Onda ODS*. Esta iniciativa, que pretende “llevar a cabo desde lo local una estrategia de comunicación que sensibilice a la ciudadanía y fomente la reflexión y el debate alrededor de estos retos [ODS y Agenda 2030], absolutamente transversales a la vida de quienes habitan este país”, está impulsada por cinco actores centrales del panorama mediático español: Asociación de Emisoras Municipales y Comunitarias de Andalucía de Radio y Televisión (EMA-RTV), la Asociación de Emisoras Municipales de Galicia (EMUGA), la Red Estatal de Medios Comunita-

# 2

Núria Reguero  
José Emilio Pérez



## La legislación aprobada dio pie a una intensa actividad para solicitar la legalización de las emisoras. Mientras sucede, algunas como Radio 90 han tenido que apagar su emisión en FM

rios (ReMC), la red catalana de medios locales la XARXA y RTV Cardedeu. La colaboración de estas entidades ha dado lugar, a lo largo de este año, a productos sonoros y audiovisuales, iniciativas formativas y encuentros estatales que han congregado a multitud de comunicadoras/es y especialistas.

La aprobación de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual ha supuesto un cambio de paradigma en la situación de los medios libres y comunitarios. De acuerdo con la ya mencionada Disposición Transitoria 3ª, que abre una ventana a la obtención de licencias para los servicios de comunicación comunitaria, el segundo semestre del año ha estado marcado por una intensa actividad por parte de estas emisoras y sus federaciones y coordinadoras, de cara a presentar la documentación necesaria para la obtención de dichos títulos habilitantes.

En este sentido fueron importantes, por un lado, la Asamblea Anual de la ReMC los días 20, 21 y 22 de mayo en Coslada (Madrid), organizada por Radio Jabato; y, por otro, un Encuentro de Radios Libres celebrado en Zaragoza en septiembre, auspiciado por la Federación Aragonesa de Radios Libres (FARL). Ambas organizaciones de la radiodifusión alternativa han planteado estrategias colectivas para sus emisoras, hecho que incide en la larga tradición de coordinación de estos medios. En la Comunidad Valenciana las radios y sus comunidades han estado también activas, a pesar de que la creación de una red regional no acaba de materializarse. No obstante, las colaboraciones puntuales entre ellas son frecuentes, y algunas emisoras como Artegalia están también vinculadas a la ReMC desde sus inicios.

Como telón de fondo, la falta de licencias sigue haciendo estragos en el sector. Radio 90, emisora libre y cultural de La Garrotxa, anunciaba en julio de 2022 [el apagado de su emisión en FM](#), que se plantea como definitiva a la espera de que mejore el marco regulador. Por su parte, [Contrabanda FM](#) se vio obligada a cambiar la antena de ubicación, porque el lugar donde estaba situada afectaba a un nuevo plan urbanístico del Ayuntamiento de Barcelona. Esto supuso perder la emisión durante un mes y reubicar la antena. La emisora ha dejado también su histórica sede en la Plaza Real de Barcelona para trasladar sus estudios al Ateneo Enciclopédico del barrio del Raval, donde esperan fortalecerse compartiendo espacio con otros colectivos sociales.

Si la pandemia del Covid-19 se vivió como un hito de cooperación entre emisoras, las dinámicas propias de colaboración del movimiento han seguido en 2022. Lo hemos visto en los encuentros a raíz de la nueva Ley de Comunicación Audiovisual pero también en los intercambios y acciones a través de las redes sociales. En ellas nos hemos divertido con campañas como la protagonizada por un [meme de Elon Musk](#) afirmando: “Tengo todo lo que quiero, pero nunca podré comprar una radio libre”.

Por último, hemos de señalar que durante este último año han visto la luz dos documentales sobre la historia de las emisoras libres y comunitarias. En primer lugar, [Ràdios lliures. Un viatge per la llibertat d'expressió](#) (Periferies del Mon, 2022) nos propone un recorrido por el pasado y el presente de las emisoras del País Valenciano, mientras que, en segundo lugar, [Nada que ver](#) (Iago Prada, 2022) narra la historia de la coruñesa CUAC FM. ■

## Los medios independientes: situación, avances y desafíos

Ángel Barbas

En el [Informe de RICCAP 2021](#) hablábamos de la creación de la Plataforma de Medios Independientes, cuyo objetivo original fue defender los intereses de un conjunto de medios que se caracterizan por un sistema de financiación basado en las aportaciones de los suscriptores y por su compromiso con la independencia periodística. En dicho informe detallábamos algunos de los avances logrados y los retos con los que este grupo de medios se encontraba en el actual ecosistema mediático. Entre ellos, [la petición al gobierno](#) para que protegiera la pluralidad y la calidad informativa, o la organización de campañas de micromecenazgo para financiar dos sondeos monográficos sobre la Monarquía a través de una empresa independiente (2020 y 2021).

Asimismo, exponíamos algunas de las dificultades con las que algunos de los medios de la plataforma se encontraban en un contexto existente de polarización política y auge de la extrema derecha; concretamente, poníamos el foco en los ataques informáticos sufridos por las webs de varios medios de comunicación entre los que se encontraban El Salto y La Marea, ambos pertenecientes a la Plataforma de Medios Independientes, así como otros medios como La Última Hora, Arainfo y Kaosenla-red, y el proveedor de servicios de Internet Nod50. En este informe anual de 2022, queremos destacar también que La Marea, uno de los medios fundadores de dicha plataforma, dedicó parte de su monográfico N°90, de septiembre/octubre, a tratar de responder a una pregunta clave: **¿Qué es un medio independiente?** Para ello, contó con la colaboración de académicos/as de diferentes universidades y otros especialistas. El resultado fue la elaboración del **Decálogo de los medios independientes** según el cual, para que un medio pueda ser catalogado como “independiente”, debe contar con ciertas

características financieras, de propiedad, de gestión y de contenidos, que reproducimos en la siguiente página. Felicitamos a La Marea por la iniciativa y resaltamos el potencial de este decálogo tanto para la autoevaluación y mejora de los propios medios como para la investigación académica sobre la comunicación crítica. El Decálogo detallado puede consultarse íntegramente [aquí](#).

Además, en colaboración con la Coordinadora de ONG para el Desarrollo-España, y en un proceso de consulta con academia, profesionales y especialistas, La Marea ha lanzado la [web Comunicar con enfoque de Derechos Humanos](#), que ofrece herramientas para periodistas y ONGAsimismo, de entre los avances logrados por los medios independientes durante 2022 queremos destacar las exitosas campañas de *crowdfunding* llevadas a cabo tanto por La Marea como por El Salto. El primero, con el objetivo de recaudar un mínimo de 250.000 euros y consolidar el proyecto a largo plazo, un objetivo que, gracias a las aportaciones de cientos de cofinanciadores/as, fue conseguido en muy pocos días. Y el segundo, con el objetivo de alcanzar 1.000 nuevas suscripciones y superar así los 9.000 suscriptores en total, algo que el medio también ha podido lograr en un rápido margen de tiempo.

Sin embargo, pese a estos avances de los medios independientes de manera particular, también queremos hacer mención a la [disolución de la Plataforma de Medios Independientes](#), tras dos años de colaboración en proyectos comunes, algunos de ellos con gran repercusión e impacto mediático. Desde RICCAP lamentamos dicha disolución teniendo en cuenta la necesidad de fortalecer el periodismo independiente y tejer alianzas para construir un ecosistema mediático alternativo, crítico y basado en la ética pública.