José Candón-Mena
(editor)

El Tercer Sector de la Comunicación. Manual didáctico

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

Salamanca, 2023

1ª edición: Salamanca, 2023.

Proyecto PID2020-113011RB-I00
financiado por MCIN/ AEI/
10.13039/501100011033

Revisión general de la obra: Pedro J. Crespo
Diseño y producción gráfica: © *by* Pepa Peláez, Editora.

De los textos: © *by* Los Autores
Los distintos textos que componen este libro han sido publicados bajo
Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND

De esta edición:
Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, sello propiedad de:
© *by* Pedro J. Crespo, Editor y Pepa Peláez, Editora (2023).

Gestión:
Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca, España.
Taller editorial y almacén:
c/ Escuelas, 16. 49130 Manganeses de la Lampreana (Zamora, España).

ISBN: 978-84-17600-16-7

Depósito Legal: DL S 475-2023
Impreso en España. *Printed in Spain*

Sumario

1. El Tercer Sector de la Comunicación. Definición, características y potencialidades,
por Alejandro Barranquero; José Candón-Mena; Sara García-Caballero **9**
1. Introducción *9*
2. Características y tipología del Tercer Sector mediático *12*
3. Las potencialidades educativas y sociolaborales del TSC *19*
4. EL TSC como yacimiento de empleo y espacio de formación complementario para el alumnado universitario *21*
5. Referencias *24*

2. Fundamentos teóricos del Tercer Sector de la Comunicación. De las vertientes difusionistas a los desafíos actuales en torno a los derechos humanos,
por Alejandro Barranquero; Chiara Sáez-Baeza **27**
1 La complejidad de un objeto analizado desde diversas disciplinas *27*
2. Los debates en torno al Tercer Sector de la Comunicación *30*
3. Los nuevos debates. Del desarrollo a los derechos humanos y los ODS *34*
4. Referencias *40*

3. El Tercer Sector de la Comunicación en la Historia de la Comunicación y el Periodismo,
por Daniel Moya López; Cora Cuenca **43**
1. Introducción 43
2. Breve historia del TSC en España 44
3. Propuesta de inclusión del TSC en la Historia de la Comunicación 52
4. Referencias 54

4. Estructura de propiedad y organizaciones del Tercer Sector de la Comunicación,
por Francisco Caro González; Rosalba Mancinas Chávez **57**
1. Introducción 57
2. Conceptualización Tercer Sector de la Comunicación 59
3. Formas jurídicas del Tercer Sector 62
4. El Cuarto Sector de la Comunicación 66
5. Modelo de negocio y sostenibilidad 70
6. Crítica 73
7. Conclusiones 75
8. Recursos 76
9. Propuesta de prácticas 76
10. Referencias 77

5. Publicidad social y Tercer Sector de la Comunicación,
por José Candón-Mena; Elena Bellido Pérez **79**
1. Introducción 79
2. La publicidad social 82
3. Parece publicidad social pero no lo es: el whitewashing 89

4. Desvelando el whitewashing*: La contrapublicidad* *92*
5. Recursos *96*
6. Referencias *97*

6. Las radios del Tercer Sector de la Comunicación, *por José Emilio Pérez-Martínez; Miguel Ángel Pérez-Gómez* **99**
1. Introducción *99*
2. Las radios del Tercer Sector *100*
3. Los contenidos de las emisoras del TSC *104*
4. Las nuevas tecnologías y la radiodifusión del TSC *109*
5. Conclusiones *113*
6. Recursos *114*
7. Referencias *115*

7. Audiovisual y Tercer Sector. Un campo abonado a la participación y las demandas sociales, *por David Montero Sánchez; José Manuel Moreno Domínguez; Griselda Vilar Sastre* **117**
1. Introducción *117*
2. Televisión alternativa y comunitaria *120*
2.1. Definición conceptual *120*
2.2. Bibliografía clave *124*
2.3. Referencia destacada *124*
2.4. Enlaces, recursos y estudios de caso *125*
3. Audiovisuales colaborativos: cine comunitario y vídeo participativo *126*
3.1. Definición conceptual *126*
3.2. Bibliografía clave *130*
3.3. Referencia destacada *130*
3.4. Enlaces, recursos y estudios de caso *131*

4. Videoactivismo 132
4.1. Definición conceptual..... 132
4.2. Bibliografía clave..... 135
4.3. Referencia destacada..... 136
4.4. Enlaces, recursos y estudios de caso..... 137
Referencias..... 137

8. El Tercer Sector de la Comunicación en la prensa, *por Salomé Sola-Morales; Belén Zurbano-Berenguer* **..... 139**
1. Introducción..... 139
2. El Tercer Sector en el periodismo 142
3. Aterrizando el concepto: análisis de casos n el contexto del estado español 148
3.1. Soporte y periodicidad..... 148
3.2. Tipo de medio, forma de organización y financiación..... 149
3.3. Auto-definición, principios democráticos, profesionales y política lingüística..... 151
4. Recursos 156
5. Actividad para continuar la reflexión..... 156
6. Referencias..... 157