



COOPERATIVAS DE PRENSA: UN MODELO DE ORGANIZACIÓN PERIODÍSTICA EN LAS CRISIS ECONÓMICAS Y LAS TRANSICIONES POLÍTICAS

Press cooperatives: a journalistic organization model in times of crises and political transitions

Recibido: 29-03-2022

Aceptado: 21-05-2022

Eloi Camps-Durban

Universitat Pompeu Fabra, España

eloi.camps@upf.edu  0000-0001-7729-6055

RESUMEN La cooperativa despierta un interés creciente como modelo de organización de la empresa periodística. Sin embargo, este modelo existe desde hace décadas, y ha sido ensayado especialmente en situaciones de crisis económica o procesos de transición a la democracia. El objetivo del artículo es describir y analizar el papel de las cooperativas de prensa en estos escenarios. Se selecciona una muestra de cinco casos y se examina la bibliografía disponible sobre cada uno mediante análisis de contenido. Se infieren características particulares de las cooperativas de prensa a la hora de encarar crisis y/o transiciones. Los resultados apuntan a que la cooperativa facilita el mantenimiento o creación de empleo y permite un control democrático de la organización periodística. Esta gobernanza posibilita la práctica de un periodismo más autónomo y plural, pese a los condicionantes sobre los medios en períodos de turbulencias económicas y políticas.

PALABRAS CLAVE cooperativas de prensa; medios cooperativos; transiciones; crisis; periodismo emprendedor.

ABSTRACT Cooperatives are attracting growing attention as a journalistic organization model. However, this model has existed for decades and has been put into practice especially in situations of economic crisis or in democratic transition processes. This paper aims to describe and analyze the role of press cooperatives in these scenarios. A five-case sample is selected and the available literature about each of them is examined through content analysis. Results indicate that cooperatives facilitate job preservation/creation and allow for democratic control of the journalistic organization. This governance enables the practice of more autonomous and plural journalism, despite the determinants that affect media during economic and political turbulence periods.

KEYWORDS press cooperatives; cooperative media; transitions; crisis; entrepreneurial journalism.

Como citar este artículo:

CAMPS-DURBAN, E. (2022): "Cooperativas de prensa: un modelo de organización periodística en las crisis económicas y las transiciones políticas", en *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, (18), pp. 228-247. <https://dx.doi.org/10.12795/RIHC.2022.i18.13>

Introducción¹

La Gran Recesión (2008), considerada como la peor crisis para los medios de comunicación, ha provocado una transformación del panorama mediático, con el cierre de empresas consolidadas y la emergencia de una multitud de nuevos proyectos de periodismo emprendedor (Briggs, 2012; Casero-Ripollés, 2016). La proliferación y diversificación de iniciativas periodísticas ha sido habitual en anteriores crisis (Rafter, 2016). Asimismo, los procesos de transición política suponen alteraciones profundas en los sistemas mediáticos, entre las cuales una renovación y diversificación del trabajo periodístico y de la oferta de medios (Farias, 1999; Voltmer, 2013). En ambas circunstancias crece la experimentación con modelos organizativos y periodísticos para afrontar la incertidumbre y los cambios.

A raíz de la crisis comenzada hace poco más de una década, uno de los modelos alternativos de gobernanza de la organización periodística que ensayan colectivos de profesionales y de lectores es la cooperativa (Mick y Tavares, 2017). Esta fórmula, arraigada a la tradición de la economía social y sus principios de propiedad colectiva, democracia interna y limitación o ausencia del ánimo de lucro, despierta un creciente interés académico (Alcolea-Díaz y Pérez-Serrano, 2016; Barranquero y Sánchez, 2018; Camps-Durban, 2021; Grohmann, 2019, 2020; Price, 2017; Schneider, 2020; Siapera y Papadopoulou, 2016; Solari, 2019). Aun así, no se trata de una novedad, dado que las primeras cooperativas de prensa surgieron a principio del siglo XX (Boyle, 2012).

El objetivo de este artículo es establecer y caracterizar la aparición de las cooperativas de prensa en transiciones políticas y crisis económicas. Se proponen tres objetivos específicos: 1) identificar las motivaciones para impulsar las cabeceras cooperativas; 2) caracterizar el perfil de los profesionales de sus equipos impulsores y 3) dar cuenta del enfoque periodístico de estos medios en sus respectivos contextos. La perspectiva del trabajo es histórica y comparativa, un planteamiento considerado pertinente para avanzar en el estudio de los medios de comunicación cooperativos (Barranquero y Sánchez, 2018: 55; Grohmann, 2019: 87). Atendiendo a la novedad de este objeto de estudio, la presente aportación toma un carácter exploratorio y una finalidad descriptiva para indicar las coincidencias y divergencias entre casos semejantes.

1. Marco teórico

Crisis, medios y emprendimiento

Se puede considerar que el periodismo y los medios de comunicación, como actividad industrial, están en crisis permanente, fruto de los sucesivos cambios tecnológicos, económicos y culturales (Almiron, 2010: 10; Butler-Breese, 2016). La erosión del modelo de negocio de los medios de comunicación, particularmente de la prensa, empieza a partir de la década de

1. Este artículo ha contado con la siguiente financiación: contrato predoctoral FPU 19/01796, Ministerio de Educación y Formación Profesional, Gobierno de España.

1970, cuando se inicia una clara tendencia a la baja de los índices de lectura (Picard, 2014). Esta disminución se contrarrestó con la inyección continua de publicidad en los medios, derivada del crecimiento económico global, y también con la progresiva imbricación de las grandes empresas mediáticas en el sector financiero (Almiron, 2010).

La generalización de las tecnologías digitales y de Internet supuso la primera sacudida para el modelo de negocio basado de forma preeminente en la publicidad, dado que los anunciantes fueron trasladando la inversión al soporte digital, con unos costes muy menores y, por lo tanto, con menos retorno. Esta tendencia, junto con la ausencia de estrategia para adaptarse al nuevo entorno y la disminución progresiva de lectores, estalló en 2008 con la Gran Recesión. Esta crisis afecta el sector de manera estructural, mientras que las precedentes tuvieron un efecto más coyuntural (Mauri-Ríos, 2020; Nielsen, 2016a). Ante el desplome económico, las empresas han recurrido a medidas reactivas a corto plazo, sobre todo cierres y reducciones de plantillas, que han profundizado la precarización (Nielsen, 2016b). Estos movimientos también merman la calidad de la información y la capacidad de informar éticamente (Soengas, Rodríguez y Abuín, 2014).

En los momentos de crisis se dan las condiciones para la renovación y la diversificación de actores en el campo de los medios. A lo largo de la historia moderna, la concurrencia de determinados factores sociales, económicos, tecnológicos y jurídico-legales desencadenan cambios en el panorama mediático, con la desaparición de actores consolidados y la emergencia de nuevos competidores (Briggs, 2012; Rafter, 2016). De hecho, el emprendimiento se puede entender como un fenómeno constitutivo de la historia del periodismo (Deuze y Prenger, 2017), pero a partir de 2008 ha ganado protagonismo (Picard, 2014). El cierre de medios de comunicación y el despido de los trabajadores ha comportado en todo el mundo la puesta en marcha de una multitud de nuevos proyectos informativos como alternativa ocupacional (Casero-Ripollés, 2016) y ha potenciado las instancias de periodismo crítico y sin ánimo de lucro respecto a los modelos informativos y organizativos hegemónicos (Rego, 2019).

El emprendimiento periodístico es un fenómeno heterogéneo. Algunas de sus fórmulas organizativas responden a lo que algunos autores identifican como una crisis de la gobernanza de la empresa periodística tradicional; es decir, de las disposiciones en la organización, la obtención de recursos y la toma de decisiones o, en resumen, del control del medio (Cagé, 2016; Mick y Tavares, 2017). Los modelos innovadores pasan, en muchos casos, por equipos reducidos, polivalentes, que se organizan de manera más horizontal y que buscan, por convicción y por necesidad, la colaboración con otros proyectos periodísticos (Briggs, 2012). También se detecta un resurgimiento y una multiplicación de medios non-profit (Konieczna, 2014), empresas sociales periodísticas, de carácter no lucrativo, abiertas a la participación ciudadana y orientadas a generar valor social (Caro-González, Pérez-Suárez y Sánchez-Torné, 2019).

1.2. Transiciones políticas y medios

El concepto “transición política” designa los “procesos de cambio pacífico desde un régimen autoritario a una democracia” (Guillamet y Salgado, 2014: 11) que se han producido sobre todo

en el último cuarto de siglo XX en países que responden o se asemejan al modelo de sistema mediático pluralista polarizado o mediterráneo (Hallin y Papathanassopoulos, 2002). De la literatura sobre los medios en las transiciones se desprende un modelo ideal, de tres etapas sucesivas: liberalización del régimen autoritario, caída y transformación de su estructura en un régimen democrático, y consolidación y maduración del nuevo orden (Voltmer, 2013). A lo largo de este periodo de cambio, los medios son “una dimensión crucial de la lucha por el poder” entre las distintas facciones (Downing, 1996: 29-30). Cada país experimenta su particular transición en la prensa, fruto de sus circunstancias y su cultura política (Mellado y Van Dalen, 2017). Con todo, se pueden señalar algunas generalidades sobre la evolución tanto del sistema mediático como de la profesión periodística.

La apertura o la normalización del mercado de los medios de comunicación tiene implicaciones profundas. En la mayoría de nuevas democracias, la liberalización “abre paso a una pléthora de nuevos medios”, a menudo lanzados por periodistas y editores que aprovechan el aumento de la demanda de información (Voltmer, 2013: 169). Ahora bien, al cabo de poco, muchos experimentan dificultades económicas severas o directamente desaparecen, fruto de la despoltización de la sociedad civil a medida que se consolida el orden democrático. En cuanto a la línea editorial, se produce una apertura hacia las principales fuerzas políticas y sociales y hay más libertad para dar espacio a voces críticas (Mellado y Van Dalen, 2017: 258). Sin embargo, difícilmente se logra la representación de todos los sectores. Por otro lado, la normalización del pluralismo arrincona las formas de comunicación y periodismo alternativos que habían tenido un papel relevante durante la dictadura (Sparks, 2011: 23).

El rol de los periodistas cambia sustancialmente. El profesionalismo se nutre de la aprehensión y adaptación de otros modelos de periodismo, sobre todo de las democracias liberales. Varios estudios indican que aumenta el papel de vigilancia en las transiciones, a pesar de las limitaciones tanto políticas como de capacidad económica de los medios (Márquez et al., 2020; Mellado y Van Dalen, 2017). Asimismo, surgen dudas sobre la actitud del periodista con relación a la democracia en construcción: es decir, si se opta por la crítica y el escrutinio, o bien si se intenta favorecer el nuevo régimen adhiriéndose a sus reformas (Farias, 1999; Harber, 2004). Suele producirse un aumento inicial del número de periodistas, en correlación con la eclosión de los nuevos medios (Kirat, 1998: 324), pero la profesión es mayoritariamente precaria (Voltmer, 2013: 198). Coman (2004) plantea que las transiciones periodísticas resultan en dos “clases” profesionales: la burguesía, grupo reducido de profesionales de élite en el régimen anterior, que continúan en lugares de poder en la democracia; y el proletariado, un gran segmento de trabajadores precarios y con poca capacidad de decisión.

1.3. Las cooperativas

Las cooperativas son el principal tipo de organización de la economía social, formada por un conjunto de entidades de carácter privado que producen bienes o servicios para satisfacer a través del mercado las necesidades de sus socios, que toman las decisiones colectivamente

y en pie de igualdad, y que eventualmente pueden distribuirse una parte de los beneficios o excedentes (Chaves y Monzón, 2012: 23). Las cooperativas se distinguen de una empresa convencional porque la propiedad recae en los trabajadores y/o los consumidores, cada socio tiene el mismo derecho a participación y voto en la gestión y el control. Por otro lado, la acumulación de los beneficios es limitada, teniéndose que reinvertir al menos una parte en la mejora de la empresa y en fondos indivisibles.

Las características particulares del modelo cooperativo le confieren una mayor capacidad para soportar y sobrevivir los periodos de crisis (Algora, 2011). La prevalencia del trabajo sobre el capital se demuestra en la priorización de políticas destinadas a preservar los lugares de trabajo y la actividad empresarial, como por ejemplo reducciones de jornada y sueldo (Pérotin, 2013: 40). La toma de decisiones colectiva y mejor informada, la flexibilidad y la fuerte identificación personal y patrimonial con la empresa son factores que favorecen una tasa de supervivencia más elevada que el de las empresas convencionales en contextos de crisis económica (Birchall y Ketilson, 2009). Por esto, se apunta al carácter contracíclico de las cooperativas: en situaciones adversas, de bajada de la economía e incremento del paro, crecen en número, mientras que en fases de bonanza su crecimiento se ralentiza considerablemente (Algora, 2011; Borzaga et al., 2014; Pérotin, 2013).

2. Metodología

La configuración de la muestra de casos del presente artículo parte de una revisión bibliográfica sistematizada (Codina, 2021; Grant y Booth, 2009), utilizada en la elaboración de estudios previos (Camps-Durban, 2021). En la examinación de la literatura publicada en el último decenio sobre medios cooperativos se constataron varios casos de países donde, a raíz de una crisis económica, surgen diversos medios de comunicación en forma de cooperativa (Abatedaga, 2012; Barranquero y Sánchez, 2018; Grohmann, 2019); también se encuentran diferentes casos en que estos medios emergen durante una transición política (Dris, 2017; Menezes y Ribeiro, 2020; Szynol, 2015). A partir de estos indicios, se lleva a cabo una nueva revisión de literatura sistematizada para hallar estudios en los que se haga referencia a cooperativas de prensa en alguno de los dos escenarios. Nos guiamos por el marco operativo *SALSA*, o *Search, Appraisal, Synthesis and Analysis*, que implica un procedimiento sistemático en la búsqueda, evaluación, análisis y síntesis (Booth, Sutton y Papaioannou, 2016).

La búsqueda se realiza mediante las bases de datos Web of Science, Scopus, Communication Source (EBSCO), Google Scholar y Dialnet Plus, consideradas de referencia para revisiones bibliográficas en el ámbito de la comunicación (Codina, 2021). Se introducen ecuaciones de búsqueda con todas las combinaciones posibles entre los grupos de términos “medios de comunicación”, “prensa”, “periodismo”, “periodistas”, “redactores” y “cooperativa”, “cooperativismo”. Estas búsquedas booleanas se realizan primero en inglés y luego en español y francés. No se establece ningún filtro de fecha de publicación. Se realiza un primer testeó en las páginas de resultados de cada buscador, donde se revisan todos los documentos en primera

instancia para seleccionar los que contienen referencias explícitas al carácter cooperativo de al menos una cabecera de prensa y aporten datos o evidencia que permitan corroborarlo, descartando así las referencias genéricas al modelo que no aportan ejemplos concretos. El resultado de esta primera fase de la revisión es de 63 documentos, que hacen referencia a 19 países. Se examina cada documento para situar cada cabecera o grupo de cabeceras en su contexto histórico y socioeconómico y así determinar si su creación se produce en una transición o crisis económica. Una vez aplicado este segundo criterio, el banco de documentos se reduce a 43 ítems sobre 13 países.

Para definir la muestra del estudio se fijan dos criterios: en primer lugar, se tiene que tratar de casos donde surja más de una publicación cooperativa en un mismo país en un periodo de crisis o transición bien delimitado; en segundo, tienen que existir al menos dos referencias académicas que permitan describir cada caso. De esta manera, se descartan los países en los que solo se puede referenciar una única cabecera cooperativa –por ejemplo, Mozambique (Bussotti, 2015; Jone, 2005), la India (Sharma, 2019) y las Filipinas (Fernandez, 1987). La muestra se compone de los cinco casos siguientes: Brasil (Ellwanger, 2011; Gloria, 2018; Kucinski, 1991; Menezes y Ribeiro, 2020; Scherer, 2005); Polonia (Brzoza, Kornacka-Grzonka y Rajczyk, 2016; Downing, 1996; Kaczmarczyk, 2013; Szynol, 2012, 2015); Argelia (Dissez, 1992; Dris, 2017); Argentina (Abatedaga, 2012; Abatedaga y Bonacci, 2020; Grohmann, 2019, 2020; Rosenberg, 2018; Segura, 2014) y España (Alcolea-Díaz y Pérez-Serrano, 2016; Arévalo, Al Najjar y Vilar, 2020; Barranquero y Sánchez, 2018; Barranquero y Candón-Mena, 2021; Camps-Durban y Mauri-Ríos, 2022; Canovaca, 2018; Gómez-Mompart, 2019; López-Ferrández, 2018; Martínez-Polo y Martínez-Sánchez, 2017; Rodríguez-Pallares y Pérez-Serrano, 2022; Tejedor y Pla, 2020).

La herramienta para llevar a cabo el estudio es el análisis de contenido cualitativo, un procedimiento de análisis sistemático de textos que se puede orientar tanto al contenido manifiesto como latente (Mayring, 2000). Los documentos se analizan convirtiendo en categorías de análisis de los tres objetivos de investigación expuestos en la Introducción. Para la inferencia de las principales ideas relacionadas con estos objetivos, se toman notas en lecturas sucesivas de forma que “los datos se resuelven lentamente en conceptos” (Lindlof, 1995: 57).

3. Resultados

3.1. Casos

3.1.1. Brasil

El sistema de prensa brasileño se desarrolló tardíamente, con un mercado de tiradas cortas y orientación a las élites urbanas, además de un sistema de pequeños periódicos regionales; a pesar de que estos rasgos lo acercan al modelo pluralista polarizado, también incorpora elementos del modelo periodístico liberal como la priorización de los hechos por encima del

comentario y en la concienciación profesional (Albuquerque, 2012). En el golpe de estado que instauró la dictadura militar (1964), la mayoría de los empresarios del sector de los medios apoyaron a los militares golpistas para, posteriormente, verse beneficiados por sus políticas. La censura se instauró legalmente en 1968 (De Abreu, 2005). Durante los veinte años de gobiernos autoritarios, el pluralismo ideológico subsistió por medio de la prensa alternativa, la única que operaba fuera del control estatal (Kuckinski, 1991) y que se convirtió en una pieza clave de la resistencia democrática (Scherer, 2005).

Entre la prensa alternativa brasileña, algunas cabeceras se organizaron en cooperativa, a pesar de que esta fórmula empresarial era bastante desconocida entre los periodistas y activistas (Kucinski, 1991: 8). La primera fue Coojornal, en Porto Alegre, que también fue la más grande del país, con un pico de 300 profesionales asociados (Ellwanger, 2011: 3). Siguiendo su ejemplo, al cabo de cinco años se habían creado, en todo el país, siete cooperativas de periodistas más, a pesar de que algunas tuvieron una trayectoria muy breve (Kucinski, 1991: 62). Una de las más exitosas fue Projornal, en el estado de Goiás, fundada el 1978 con el mismo modelo que Coojornal, y que a partir de 1980 se encargó de la edición del semanario crítico Top News (Menezes y Ribeiro, 2020). En São Paulo funcionó la publicación feminista Nós Mulheres, editada por una cooperativa de mujeres periodistas (Gloria, 2018: 6). La prensa alternativa, incluyendo la cooperativa, declinó hasta desaparecer casi del todo después de la aprobación de la constitución democrática, en 1988 (Menezes y Ribeiro, 2020: 15).

3.1.2. Polonia

Entre los países del bloque soviético, Polonia era el más abierto; se permitía la existencia de algunos periódicos de propiedad no estatal y existía un importante sector de prensa clandestina o *samizdat* (Downing, 1996). Aun así, la mayoría de los medios eran de propiedad estatal, mediante la Cooperativa de Publicaciones de los Trabajadores (RSW, en sus siglas en polaco), del cual dependían decenas de diarios y revistas de todo el país, y que además controlaba los suministros, la impresión y la distribución (Kaczmarczyk, 2013). A finales de los ochenta se inició la liberalización que pondría fin al estado comunista, propulsada por unas protestas sociales y sindicales cada vez más intensas, encabezadas por Solidarnosc y difundidas por el *samizdat* (Downing, 1996: 39-40).

Una de las primeras regulaciones del parlamento postcomunista puso “la base legal para la libertad sin restricciones de los medios” con la liquidación de la censura previa y el desmantelamiento de la RSW (Kaczmarczyk, 2013: 198-199). La liberalización produjo unos primeros momentos “de entusiasmo espontáneo de los nuevos editores” (Brzoza, Kornacka-Grzonka y Rajczyk, 2016: 187), con la proliferación de cabeceras críticas e independientes, especialmente locales, que en muchos casos fueron efímeras y contaron con plantillas poco profesionalizadas (Szynol, 2015). Unas setenta cabeceras locales fueron adquiridas por cooperativas de periodistas mediante subastas (Szynol, 2012: 355). Pasados los primeros años de la transición, el panorama se estabilizó: muchas publicaciones desaparecieron o se vendieron y entraron

en el mercado nacional compañías extranjeras, que acabaron concentrando buena parte de la oferta (Voltmer, 2013). El sistema polaco presenta facetas que concuerdan con el modelo pluralista polarizado –bajo nivel de circulación de prensa, alta politización e instrumentalización– y otros que lo acercan al democrático corporativo, como el desarrollo del profesionalismo (Dobek-Ostrowska, Glowacki y Kus, 2018).

3.1.3. Argelia

Con las revueltas populares de 1988, el gobierno de Argelia, controlado desde la descolonización por el partido único de orientación socialista Frente de Libération Nationale (FLN), tuvo que iniciar una apertura hacia el multipartidismo y un sistema mediático plural (Kirat, 1998). Las reformas se certificaron a través de una nueva constitución (1989) y de una nueva ley de la información (1990), que alteraron notablemente el escenario de los medios y del periodismo: al cabo de solo dos meses de la promulgación de la ley, se habían creado 30 periódicos. En cuanto a la profesión, se multiplica por tres el número de periodistas entre 1986 y 1992 (Kirat, 1998: 323-324). Como otros países árabes, Argelia tiene un sistema de medios que comparte múltiples aspectos con el modelo mediterráneo (Eberwein et al., 2011). Así, la resistencia de la esfera política argelina a la emancipación de los medios y las trabas para desarrollar el sector privado han dificultado la transición en el sector de los medios (Dris, 2012).

Dris indica que, a principios de los noventa, cuando apenas se había instaurado la libertad de prensa y de creación de empresas periodísticas, aparecieron “decenas de periódicos creados bajo la forma de cooperativas de periodistas” (Dris, 2017: 265). Así, desde el mismo gobierno, el reformista Mouloud Hamrouche incentivó esta opción, calificándola de “aventura intelectual”. La administración proporcionó facilidades a los periodistas que quisieran probarlo –hasta entonces, todos trabajaban para la prensa estatal o del partido– y les dio apoyo económico, lo que posibilitó que se crearan “docenas de cabeceras” bajo esta fórmula (Dissez, 1992: 22). En la bibliografía disponible se citan principalmente dos cabeceras: los diarios de alcance estatal *El Watan* y *El Khabar*, ambos fundados en 1990 y actualmente activos, si bien ya no son cooperativas.

3.1.4. Argentina

Argentina ha sufrido dos crisis económicas severas en el siglo XXI, cada una de las cuales ha empujado varias plantillas de diarios a recuperar cooperativamente sus respectivas cabeceras para mantener su trabajo. La primera crisis, entre los años 1998 y 2002, supuso la caída del 25% del PIB per cápita y una tasa de paro del 25% (Rey, 2002: 5). Hasta 4.000 empresas se declararon en quiebra solo en 2001 y se agudizó la precarización laboral (Abategada y Bonacci, 2020). En este contexto, se incrementan las movilizaciones ciudadanas de protesta y también las iniciativas de autoorganización laboral y económica (Abatedaga, 2012: 166-167). Una de las formas más ensayadas fue la recuperación de empresas por parte de sus trabajadores,

generalmente a través de cooperativas (Ruggeri, 2011: 65-66). En la prensa, la crisis se tradujo en la caída de circulación de los diarios más alta del mundo, de un 36% entre 1997 y 2001, lo que agravó otros problemas estructurales del sector (Rey, 2002: 6-9).

Desde los movimientos sociales y la ciudadanía organizada, la crisis supuso una toma de conciencia de la necesidad de incidir en la comunicación de masas, ya fuera promoviendo cambios legislativos o impulsando el “ensanchamiento de las modalidades expresivas legítimas y de los temas considerados aceptables” para “democratizar las comunicaciones” (Segura, 2014: 117). En este contexto se insertan los tres diarios recuperados cooperativamente: los regionales *El Diario del Centro del País* y *El Diario de la Región* y el especializado *Comercio y Justicia* (Abatedaga, 2012), que dos décadas después siguen funcionando como cooperativas.

En una crisis más reciente, a causa de la recesión económica en la que entró el país después de la vuelta al neoliberalismo con el gobierno elegido en 2015, se ha producido una nueva oleada de recuperaciones de cabeceras. Como en la precedente, la publicidad baja notablemente y complica la viabilidad de muchos medios (Abategada y Bonacci, 2020); por otro lado, el nuevo ejecutivo, encabezado por Mauricio Macri, retiró la publicidad institucional a determinados medios que habían sido favorecidos por los gobiernos anteriores de Néstor Kirchner y Cristina Fernández, de forma que sus ingresos menguaron considerablemente (Grohmann, 2019). Es el caso de *Tiempo Argentino*, diario recuperado en cooperativa por sus trabajadores –es el más grande, con más de un centenar de empleados (Rosenberg, 2018)–, al que se suman los también cooperativizados *Infonews*, *El Ciudadano* y *la Región*, *La Nueva Mañana*, *La Portada* y *El Correo de Firmat* (Grohmann, 2020).

3.1.5. España

España es de los países donde más experiencias de nuevas cabeceras cooperativas se han creado desde 2008. Antes de la Gran Recesión, la industria española de prensa de pago era de las más importantes de Europa, a pesar de que hacía décadas que sufría el estancamiento de la difusión y el envejecimiento del perfil del lector, además de una concentración progresiva (García-Santamaría, 2016: 844). En el primer año de la crisis, la inversión publicitaria cae un 11% (Almiron, 2009) y continúa registrando números negativos hasta el 2016 (Palacio, 2016: 69). La profesión periodística se ha visto severamente afectada por la contracción del sector: en 2015, los despidos desde el comienzo de la crisis llegaban a los 12.200 (Palacio, 2017: 24). A los recortes de plantillas hay que sumarles la intensificación de la precariedad laboral en forma de bajas remuneraciones, temporalidad y jornadas prolongadas.

Entre 2008 y 2015 se cerraron 375 medios y en el mismo periodo se crearon otros 579, la mayoría promovidos por periodistas (Palacio, 2019). De estos, 302 se mantenían en activo en 2019, lo que sugiere la estabilización de los medios emprendedores en el sistema mediático (Casero-Ripollés, 2016). Una de sus fórmulas empresariales es la cooperativa. En la transición a la democracia ya se habían ensayado algunas experiencias de prensa cooperativa, como el

diario *Liberación* (Beaumont, 1983) y diversas publicaciones locales y especializadas en Cataluña (Camps-Durban y Mauri-Ríos, 2022), pero es con la Gran Recesión que el cooperativismo deviene una opción contemplada por colectivos de profesionales emprendedores. En su estudio sobre las actuales cooperativas de medios en España, Barranquero y Sánchez (2018) Actualmente existen las cooperativas de medios *El Salto* (López-Ferrández, 2018; Martínez-Polo y Martínez-Sánchez, 2017), *La Marea* (Alcolea-Díaz y Pérez-Serrano, 2016), *Alternativas Económicas* y *El Salmón Contracorriente*, de alcance estatal, y las regionales *Directa*, *Crític* (Canovaca, 2018; Tejedor y Pla, 2020), *Jornada* (Gómez-Mompart, 2019) y *Arainfo*. Existe también un buen número de publicaciones de proximidad, especialmente en Cataluña, donde se concentran más medios cooperativos del territorio español (Grohmann, 2020: 173).

3.2. Motivaciones

Como se ha apuntado en el marco teórico, los escenarios desencadenados por crisis económicas y transiciones democráticas ofrecen determinadas oportunidades para la puesta en marcha de nuevos medios de comunicación y la transformación de la profesión periodística. En el análisis de la bibliografía se detectan dos grandes vectores que explican el surgimiento de las cooperativas de prensa en estas coyunturas: la laboral, relacionada con la creación o mantenimiento de puestos de trabajo, y la profesional, vinculada a las posibilidades y los modos de desarrollar el oficio.

La motivación laboral está presente en los cinco casos. En la desestabilización y dinamismo que caracterizan los mercados de medios en fases de crisis o transición, las cooperativas representan, gracias a su carácter contracíclico, una fórmula viable para preservar la ocupación o para crearla. En las transiciones argelina y polaca, el desmantelamiento de la prensa estatal y la liberalización del sector empujan los periodistas a asumir cabeceras preexistentes o abrir nuevas; en el país árabe, los impulsores de *El Watan* provenían de *El Moudjahid*, un diario del FLN (Dissez, 1992); en Polonia, los empleados de las cabeceras locales de la RSW adquirían las empresas en subasta para continuarlas como propietarios-trabajadores (Kaczmarczyk, 2013). En Brasil, las cooperativas crearon “mercados de trabajo alternativos para periodistas que sufrían persecuciones políticas” en la etapa final del gobierno autoritario (Menezes y Ribeiro, 2020: 17) y se daba en ellas “un anhelo de transformación de las formas de trabajo en el marco de las empresas capitalistas” (Scherer, 2005: 155). Las empresas de prensa recuperadas en Argentina han supuesto la preservación de lugares de trabajo, si bien a menudo en peores condiciones que en la empresa ordinaria (Abatedaga y Bonacci, 2020: 4). La destrucción de empleo periodístico y la carencia de oportunidades se encuentran en el origen de muchas cooperativas de medios que han arrancado en España después de la crisis de 2008 (Barranquero y Sánchez, 2018).

Ahora bien, el surgimiento de las cooperativas de prensa no responde de manera exclusiva a situaciones de hundimiento económico estatal o global, ni a la quiebra empresarial. Abatedaga (2012), profundizando en el caso de Argentina, apunta que, a pesar de que la

crisis económica general es un factor relevante en la explicación del surgimiento de cooperativas de prensa en el país latinoamericano, no es la causa única. Transformar las formas de gobernanza de los medios abre nuevas posibilidades, más o menos amplias, de poder practicar el oficio. Un rasgo observado en el periodismo emprendedor es la insatisfacción de los profesionales con las condiciones con que tienen que trabajar en las empresas tradicionales; por lo tanto, hay una motivación relacionada con el profesionalismo, la voluntad de innovar y de producir un periodismo más “real” (Deuze y Prenger, 2017: 249). En la bibliografía consultada, esta motivación solo se explicita en algunos casos. El más evidente es el de Brasil, donde los periodistas de la prensa cooperativa y alternativa presentan unos ideales de “periodismo comprometido, crítico y autosostenible” (Menezes y Ribeiro, 2020: 17). También en las actuales cooperativas españolas existe la voluntad de hacer un “periodismo riguroso, pero no apolítico” y que se comprometa con las demandas de colectivos “subalternizados o poco visibles en la agenda de los medios tradicionales” (Barranquero y Sánchez, 2018: 54). En Argentina, a pesar de que predominan las motivaciones laborales, los trabajadores-socios de los diarios recuperados manifiestan “altos niveles de autoexigencia y a la vez mayor autonomía” respecto a su trabajo (Abategada, 2012: 525). La búsqueda de la autonomía informativa se vincula a la recuperación de la confianza de la ciudadanía en el periodismo, objetivo compartido por los medios sin ánimo de lucro, que intentan esquivar los conflictos de intereses con los propietarios y los anunciantes (Konieczna y Robinson, 2014). En Polonia y Argelia no se aprecia una motivación profesional clara en la creación de cooperativas de prensa.

3.3. Perfil profesional del equipo impulsor

Los países seleccionados para el estudio coinciden con el modelo de sistema mediático mediterráneo o pluralista polarizado (Hallin y Mancini, 2008), o bien presentan coincidencias notables con él (Hallin y Mancini, 2012; Hallin y Papathanassopoulos, 2002). Pese al bajo desarrollo del profesionalismo periodístico, “la cuestión del control del contenido editorial se ha planteado más explícitamente a los países mediterráneos que en el norte de Europa o en Norteamérica” y los periodistas han ensayado “formas más radicales de autonomía” (Hallin y Mancini, 2008: 107). Las cooperativas encajan en estas “formas radicales de autonomía” al ser controladas de forma exclusiva por sus trabajadores, o bien juntamente con lectores.

En el estudio de las cooperativas de prensa españolas actuales se constata que se trata de un sector “altamente profesionalizado” formado, en su mayoría, por periodistas con trayectorias consolidadas que habían perdido el trabajo o bien que deseaban ejercer con más autonomía (Barranquero y Sánchez, 2018: 54). Este componente de profesionalidad y experiencia se encuentra en el resto de los casos. En Argelia y Polonia, antiguos periódicos de propiedad estatal o del partido único eran comprados y gestionados por sus propias plantillas, organizadas cooperativamente. En Argentina, los empleados de los diarios en quiebra plantearon la transformación en cooperativa para salvar las empresas y los lugares de trabajo. En el escenario brasileño, en la prensa alternativa se congregaron periodistas profesionales que

habían sufrido represalias en forma de despido, como *Coojournal*, fundada por unos veinte periodistas provenientes del diario *Folha da Manhã* (Ellwanger, 2011).

Una de las ventajas de esta fórmula empresarial, que Szynol indica para el caso polaco, pero que puede ser aplicable al resto, es que los periodistas, como propietarios de las cabeceras, ganaban el derecho a elegir el director y controlaban el consejo de administración del medio (Szynol, 2015: 1). Así, los periodistas cooperativistas conformarían un subgrupo diferenciado, a medio camino de la burguesía y el proletariado que plantea Coman (2004) sobre los sectores profesionales que resultan de las transiciones democráticas. También aplica para los escenarios de crisis económica. Es lo que se desprende del estudio de Abatedaga (2012) sobre las cooperativizaciones de diarios argentinos a inicios de los 2000: si bien persisten elementos de la cultura empresarial convencional, se empieza a configurar, no sin dificultades ni tensiones internas, una tercera posición, la del “socio-trabajador-propietario colectivo” (Abatedaga, 2012: 523).

3.4. Enfoque periodístico

Voltmer plantea que, en las democracias en transición, los profesionales tienen más oportunidades para tratar un repertorio más amplio de temas, a pesar de que se mantienen, o varían, las presiones políticas y económicas que reciben (Voltmer, 2013: 203). El compromiso con una mayor independencia suele ser mayoritario entre los profesionales en las transiciones (Harber, 2004: 79). Se observan tendencias a dar más peso a fuentes informativas ciudadanas (Mellado y Van Dalen, 2017) y a aumentar el rol de vigilancia del poder (Márquez-Ramírez et al., 2020). Precisamente, el escrutinio de los poderes y la inclusión de perspectivas críticas con el *statu quo* es una carencia detectada en la cobertura mediática de las causas del estallido de la crisis de 2008, asociada a la dependencia de las empresas informativas con la banca y el sector de las finanzas (Almiron, 2010; Damstra y Vliegenthart, 2018; Starkman, 2014).

Brasil es el exponente más radical del periodismo que pueden habilitar las cooperativas: tanto en el caso de *Coojournal* como de *Top News*, se trataba de periódicos que explicaban aquello que los medios oficiales omitían y criticaban el régimen, a la vez que defendían la democracia (Ellwanger, 2011: 5; Menezes y Ribeiro, 2020: 14). En el caso de *Top News*, Menezes y Ribeiro subrayan la “línea editorial popular y comunitaria” una vez fue asumido por la cooperativa de redactores (2020: 16). En Polonia, la bibliografía consultada no explicita si se produjo un cambio de orientación o tipología en los contenidos. Aun así, Downing indica que muchas de aquellas cabeceras continuaron *de facto* bajo control de antiguos elementos del régimen comunista, porque la prensa cooperativa dependía de compañías privadas e instituciones de crédito que habían quedado en manos de la anterior clase dirigente (Downing, 1996: 148), lo que podía constituir un freno para una mayor libertad editorial. De manera parecida, en Argelia, pocos años después de la apertura, Dissez (1992: 23) cuestiona que hubiera “ninguna diversidad de contenido o línea editorial” en el panorama de la prensa, incluida la cooperativa, que todavía estaba muy limitada por el peso del Estado. Sin

embargo, en el caso de los dos diarios cooperativos mencionados, Dris indica que defendían valores como la libertad de pensamiento y de opinión, la igualdad entre hombres y mujeres y la educación laica (Dris, 2017: 281).

En cuanto a la prensa cooperativa surgida en el marco de crisis económicas, las situaciones también difieren. En Argentina, las transformaciones de diarios en quiebra, a pesar de que salvan las cabeceras, no han supuesto variaciones significativas en los contenidos. A pesar de que hay cierta tendencia a una orientación progresista o más próxima a la mayoría social que a las élites (Grohmann, 2020), los contenidos están más condicionados por el mercado –la principal fuente de financiación continúa siendo la publicidad– que por el cooperativismo (Abatedaga, 2012: 517). Así, a pesar de que la autogestión “permite ciertos grados de libertad”, la necesidad de competir con medios más grandes y con más recursos condiciona la selección de los temas (Abatedaga y Bonacci, 2020: 17). En cambio, entre los medios cooperativos españoles creados a partir de 2008, las tendencias descritas apuntan a una mayor diversificación de los ingresos y a periodismo diferenciado, que prioriza la investigación, el periodismo slow y los temas poco tratados en los medios convencionales (Arévalo, Al Najjar y Vilar, 2020: 4; Barranquero y Sánchez, 2018: 48).

4. Discusión y conclusiones

Las crisis económicas y las transiciones democráticas constituyen escenarios de cambios profundos y acelerados en los sistemas de medios y la profesión periodística (Picard, 2014; Voltmer, 2013), en los que el emprendimiento se perfila como una opción para escapar de la precariedad o, al menos, ejercer el oficio de forma más autónoma (Deuze y Prenger, 2017; Picard, 2014). El presente artículo estudia el fenómeno de las cooperativas de prensa como un modelo de organización periodística que gana presencia en periodos de convulsiones económicas y políticas.

En las transiciones políticas, la reconfiguración del sistema de medios y el aperturismo informativo estimulan la multiplicación de proyectos periodísticos, con un peso importante de los propios periodistas en su creación y gestión (Mellado y Van Dalen, 2017; Voltmer, 2013). En un contexto de efervescencia política, pero también de precariedad (Coman, 2004), las cooperativas cumplen una doble función: permiten informar autónomamente, al no estar vinculadas a las antiguas estructuras políticas y empresariales, y suponen una fuente de trabajo. En Argelia (Dris, 2017) y Polonia (Szynol, 2012), los periodistas que fundaron periódicos y revistas cooperativos habían trabajado en los medios controlados por el régimen autoritario, mientras que en Brasil fueron los expulsados y marginados quienes encontraron refugio en las cooperativas (Kucinski, 1991; Menezes y Ribeiro, 2020). Con las cooperativas, estos profesionales tuvieron la oportunidad de informar sobre aquello que antes tenían prohibido y ayudaron a cimentar la libertad de expresión, si bien también toparon con limitaciones, fruto de la convulsión y los equilibrios de fuerzas de sus respectivas transiciones (Dissez, 1992; Downing, 1996).

Los episodios de crisis económicas constituyen otro escenario propicio para la creación de cooperativas de prensa. Las cooperativas de periodistas siguen la evolución general de las cooperativas, que muestran un componente contracíclico (Pérotin, 2013). Esto no quiere decir que únicamente aparezcan cuando estalla una crisis (Abatedaga, 2012). Así, más allá de la preservación del empleo –más determinante en el caso argentino (Abatedaga, 2012; Abatedaga y Bonacci, 2020)– o de su generación –más habitual en los medios cooperativos españoles actuales (Barranquero y Sánchez, 2018)– en episodios de crisis, se detecta entre las cooperativas de prensa la voluntad de organizar y ejercer el periodismo de manera distinta. Sus profesionales son críticos con el funcionamiento de los medios tradicionales, cada vez más dependientes del sector financiero (Almiron, 2010; Riego, 2019) y menos confiables para la ciudadanía (Konieczna y Robinson, 2014). Así, optan por la cooperativa para lograr una mayor autonomía y recuperar una información de calidad y ética, que se ve mermada a raíz de las crisis (Soengas, Rodríguez y Abuín, 2014).

Pese a las diferencias entre los casos estudiados, pueden extraerse algunas proposiciones comunes acerca de las cooperativas de prensa. Al no ser hegemónica en la historia de los medios de comunicación, la cooperativa es vista como innovadora en momentos de cambios rápidos y profundos en el sector, que exigen nuevas soluciones a las deficiencias del modelo de empresa convencional (Picard, 2014; Schneider, 2020). Los casos estudiados sugieren, entonces, una correlación entre transiciones y/o crisis económicas y mayores probabilidades de que emerjan cooperativas de prensa, siguiendo la evolución general del cooperativismo (Birchall y Ketilson, 2009; Borzaga et al., 2014) y del emprendimiento periodístico (Briggs, 2012; Rafter, 2016). El perfil profesional de sus equipos impulsores es el de trabajadores experimentados, pero desencantados con las posibilidades de desarrollar su oficio en el marco de las empresas de prensa convencionales, y que desean más autonomía (Deuze y Prenger, 2017). Como resultado de las circunstancias de aparición y de las motivaciones de los equipos fundadores, el enfoque del periodismo de las cooperativas es diferencial respecto a la oferta informativa preexistente. En la mayoría de los casos se percibe que la línea editorial es progresista, aperturista y crítica con el statu quo; aun así, los condicionantes que impone el mercado de medios para la supervivencia empresarial limitan también las posibilidades para ejercer un periodismo autónomo desde las cooperativas.

Los resultados del artículo han de leerse en clave exploratoria y de hipótesis, atendiendo a sus limitaciones y al carácter todavía emergente del estudio de las cooperativas de medios. Asimismo, la metodología se basa en una única herramienta, la revisión bibliográfica, que solo permite una aproximación tentativa. Por lo tanto, futuras investigaciones tienen que combinar instrumentos como el análisis hemerográfico, la consulta documental y las entrevistas para reconstruir el funcionamiento de estos medios y conocer la experiencia de sus profesionales. Por otro lado, son necesarios estudios históricos que comparen las etapas de transición y crisis con épocas más estables para corroborar o matizar la correlación apuntada entre estos dos escenarios y un mayor surgimiento de cooperativas de prensa, así como determinar las diferencias con las cooperativas aparecidas en períodos de estabilidad (Camps-Durban y Mauri-Ríos, 2022).

Por último, la presente investigación puede ser una aportación para estos ámbitos de estudio: la prensa y el periodismo en las transiciones políticas (Guillamet y Salgado, 2014); los medios de comunicación cooperativos, yendo más allá de la descripción para analizarlos histórica y comparativamente (Barranquero y Sánchez, 2018; Grohmann, 2019); y los modelos de gobernanza alternativos a la empresa informativa tradicional (Cagé, 2016; Caro-González, Pérez-Suárez y Sánchez-Torné, 2019; Konieczna, 2014; Mick y Tavares, 2017; Schneider, 2020).

Referencias bibliográficas

- ABATEDAGA, N. (2012): *¿Por qué la opción de la apropiación colectiva? La comunicación de los medios masivos recuperados* [tesis doctoral]. Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba. Disponible en Internet (13-11-2021): <https://bit.ly/3HFayhV>
- ABATEDAGA, N. y BONACCI, S. (2020): “De la resistencia a la auto-explotación laboral”, en SIRAGUSA, C. (editor), *La producción colectiva y sus dilemas: trabajo, comunicación y arte en el Siglo XXI*, Villa María, Universidad Nacional de Villa María.
- ALCOLEA-DÍAZ, G. y PÉREZ-SERRANO, M.J. (2016): “La Marea como modelo de negocio: nuevas formas de organización, financiación e innovación en el producto”, en GARCÍA-SANTAMARÍA, J. V. y PÉREZ-BAHÓN, F. (coords.), *Los medios digitales españoles: procesos de cambio e innovación*, San Cristóbal de la Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social, pp. 55-80.
- ALGORA, J. M. (2011): “La economía social: Crisis y recuperación económica” en *Historia Actual Online*, nº26, pp. 133-140.
- ALMIRON, N. (2009): “Grupos privados propietarios de medios de comunicación en España: principales datos estructurales y financieros” en *Comunicación y sociedad*, vol. 22, nº1, pp. 243-273.
- (2010): *Journalism in Crisis. Corporate Media and Financialization*, Cresskill, Hampton Press.
- ARÉVALO, A., AL NAJJAR, T. y VILAR, G. (2020): “Medios informativos alternativos y economía solidaria en España”, en *Psicoperspectivas*, vol. 19, nº2, pp. 81-93. <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol19-Issue2-fulltext-1939>
- BARRANQUERO, A. y SÁNCHEZ, M. (2018): “Cooperativas de medios en España. Un periodismo emprendedor y ciudadano en tiempos de crisis”, en *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*, nº128, pp. 36-58. <https://doi.org/10.5209/REVE.60735>
- BARRANQUERO, A. y CANDÓN-MENA, J. (2021): “La sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación en España. Diseño y aplicación de un modelo de análisis al estudio de caso de El Salto y OMC Radio” en *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*, nº137, pp. 1-20. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.71863>
- BEAUMONT, J.F. (20 de noviembre 1983): “Una cooperativa de intelectuales y profesionales prepara la salida del diario ‘Liberación’ para 1984”, *El País*. Disponible en Internet (10-11-2021): <https://bit.ly/3cwrUPT>
- BIRCHALL, J. y KETILSON, L. H. (2009): *Resilience of the Cooperative Business in Times of Crisis*, Génova, Organización Internacional del Trabajo.
- BOOTH, A., SUTTON, A. y PAPAIOANNOU, D. (2016): *Systematic Approaches to a Successful Literature Review*, Londres, SAGE.

BORZAGA, C., BODINI, R., CARINI, C., DEPEDRI, S., GALERA, G. y SALVATORI, G. (2014): "Europe in transition: The role of social cooperatives and social enterprises" en *Euricse Working Papers*, nº69, pp. 1-17. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2436456>

BOYLE, D. (2012): "Good news: A co-operative solution to the media crisis", Manchester: Co-operatives UK. Disponible en Internet (8-11-2021): <https://bit.ly/3Fwan6S>

BRIGGS, M. (2012): *Entrepreneurial Journalism. How to Build What's Next for News*, Thousand Oaks, SAGE.

BRZOZA, K., KORNACKA-GRZONKA, M. y RAJCZYK, R. (2016): "Local Media in Poland in the Period of Social and Political Transformation", en Turska-Kawa, A. y Hacek, M. (editores), *Democratisation Processes in Poland and Slovenia: Comparative Study*, pp. 185-202. Disponible en Internet (9-11-2021): <https://bit.ly/2Z4yPN1>

BUSSOTTI, L. (2015): "Media Freedom and the "Transition" Era in Mozambique: 1990-2000.", en Bussotti, L., de Barros, M. i Grätz, T. (editores), *Media Freedom and Right to Information in Africa*, Lisboa, Centro de Estudos Internacionais pp. 45-71.

BUTLER-BREESE, E. (2016): "The perpetual crisis of journalism: Cable and digital revolutions", en Alexander, J. C., Butler-Breese, E. y Luengo, M. (editores), *The Crisis of Journalism Reconsidered: Democratic Culture, Professional Codes, Digital Future*, Nueva York, Cambridge, pp. 31-42.

CAGÉ, J. (2016): *Salvar los medios de comunicación*, Barcelona, Anagrama.

CAMPS-DURBAN, E. (2021): "La nueva prensa cooperativista en la Europa occidental: un modelo alternativo entre la tradición y la innovación periodística" en *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 27, núm. 2, pp. 449-461. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.6Camps-Durban>, E. y Mauri-Ríos, M. (2022): "Innovación periodística desde la economía social: cooperativas, sociedades laborales y accionariado popular en Cataluña" en *REVESCO*, vol. 140, pp. 1-18. <https://dx.doi.org/10.5209/REVE.81061>

CANOVACA, E. (2018): "Nuevos modelos de negocio en la prensa digital: el caso de Crític", en *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, vol. 5, nº9, pp. 33-40. <https://doi.org/10.24137/raeic.5.9.5>

Caro-González, F. J., Pérez-Suárez, M. y Sánchez-Torné, I. (2019): "Características de las Empresas Sociales Periodísticas (ESP)" en *CIRIEC-España*, nº96, pp. 121-154. <https://doi.org/10.7203/ciriec-e.96.12723>

CASERO-RIPOLLÉS, A. (2016): "El periodismo emprendedor ante el reto de su consolidación", en *Anuario ThinkEPI*, vol. 10, nº1, pp. 203-208. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2016.42>

CODINA, L. (2021). *Cómo llevar a cabo revisiones bibliográficas sistematizadas*. UPFCommResearch. DOI: 10.31009/upfcommresearch.2021.01

COMAN, M. (2004): "Media bourgeoisie and media proletariat in post-communist Romania" en *Journalism Studies*, vol. 5, nº1, pp. 45-58. <https://doi.org/10.1080/1461670032000174738>

DAMSTRA, A. y Vliegenthart, R. (2018): "(Un) covering the Economic Crisis? Over-time and inter-media differences in salience and framing" en *Journalism Studies*, vol. 19, nº7, pp. 983-1003. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1246377>

DE ABREU, A. A. (2005): "A mídia na transição democrática brasileira" en *Sociologia, problemas e práticas*, nº 48, pp. 53-65.

DE ALBUQUERQUE, A. (2012): "On Models and Margins. Comparative Media Models Viewed from a Brazilian Perspective", en Hallin, D. C. y Mancini, P. (eds.), *Comparing Media Systems Beyond the Western World*, Nueva York: Cambridge University Press, pp. 72-95.

- DEUZE, M. y PRENGER, M. (2017): "A History of Innovation and Entrepreneurialism in Journalism", en A Boczkowski, P. y Anderson, C.W. (eds.), *Remaking the News: Essays on the Future of Journalism Scholarship in the Digital Age*, Cambridge (Massachusetts): The MIT Press, pp. 235-250. <https://doi.org/10.1177/1464884916688550>
- DISSEZ, A. (1992): "Still under the influence" en *Index on Censorship*, vol. 21, nº5, pp. 22-23.
- DOBEK-OSTROWSKA, B., GLOWACKI, M. y KUS, M. (2018): "Poland: Accountability in the making", en Eberwein, T., Fengler, S. y Karmasin, M. (eds.), *The European Handbook of Media Accountability*, Londres: Routledge, pp. 190-196.
- DOWNING, J. (1996): *Internationalizing Media Theory. Transition, Power, Culture*, Londres/Thousand Oaks/Nueva Delhi, SAGE.
- DRIS, C. (2012): "La nouvelle loi organique sur l'information de 2012 en Algérie: vers un ordre médiatique néo-autoritaire?" en *L'Année du Maghreb*, nº8, pp. 303-320. <https://doi.org/10.4000/anneemaghreb.1506>
- (2017): "La presse algérienne: une dérégulation sous contraintes. Les nouvelles formes de contrôle ou la "main invisible" de l'État" en *Questions de Communication*, vol. 2, nº32, pp. 261-286.
- EBERWEIN, T., FENGLER, S., LAUK, E. y LEPPIK-BORK, T. (eds.). (2011): *Mapping Media Accountability – in Europe and Beyond*, Colonia, Herbert von Halem Verlag.
- ELLWANGER, R. (17-19/8/2011): "Coojournal: Experiência Pioneira de Economia Solidária entre Jornalistas", en V Seminario Internacional sobre Desenvolvimento regional, Rio Grande do Sul, Brasil.
- FARIAS, P. (1999): "La prensa y las transiciones políticas a la democracia" en *Comunicar*, nº13, pp. 71-77.
- FERNANDEZ, D. G. (1987): "Women in media in the Philippines: From stereotype to liberation", en *Media Asia*, vol. 14, nº4, pp. 183-193.
- GARCÍA-SANTAMARÍA, J. V. (2016): "La crisis de la prensa escrita en España: algunas razones para su tardía transición digital", en García-Santamaría, J. V. y Pérez-Bahón, F. (coords.), *Los medios digitales españoles: procesos de cambio e innovación*, San Cristóbal de la Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social, pp. 11-24. <https://doi.org/10.4185/cac104>
- GLORIA, R. (2-8/9/2018): "As origens do Coojournal: uma análise dos boletins da Cooperativa dos Jornalistas de Porto Alegre", en 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Joinville.
- GÓMEZ-MOMPART, J.-L. (2019): "Qualitat i alternativitat del periòdic Jornada (Maig–Octubre de 2018)", en Toural-Bran, C., Vizoso, Á. y Rodríguez-Castro, M. (eds.), *La revolución tecnológica de la comunicación en perspectiva: historia de los nuevos medios digitales, los nuevos medios en la historia*, Santiago de Compostela: Asociación de Historiadores de la Comunicación, pp. 400-420).
- GRANT, M. J. y BOOTH, A. (2009): "A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies" en *Health Information & Libraries Journal*, vol. 26, nº2, pp. 91-108. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>
- GROHMANN, R. (2019): "Media Workers Co-ops: possibilities, contradictions and Argentinean scenario" en *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, vol. 42, nº3, pp. 77-90. <https://doi.org/10.1590/1809-5844201934>
- (2020): "A Dança Dialética do Trabalho em uma Cooperativa de Jornalistas: o caso do *Tiempo Argentino*" en *Estudos em Jornalismo e Mídia*, vol. 17, nº1, pp. 169-181. <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2020v17n1p169>

GUILLAMET, J. y SALGADO, F. (eds.). (2014): *El periodismo en las transiciones políticas. De la Revolución Portuguesa y la Transición Española a la Primavera Árabe*, Madrid, Biblioteca Nueva.

HALLIN, D. C. y MANCINI, P. (2008): *Sistemas mediáticos comparados*, Barcelona, Hacer.

— (eds.). (2012): *Comparing Media Systems Beyond the Western World*, Nueva York, Cambridge University Press.

HALLIN, D. C. y PAPATHANASSOPOULOS, S. (2002): “Political clientelism and the media: Southern Europe and Latin America in comparative perspective” en *Media, culture & society*, vol. 24, nº2, pp. 175-195.

HARBER, A. (2004): “Reflections on Journalism in the Transition to Democracy” en *Ethics & International Affairs*, vol. 18, nº3, pp. 79-88. <https://doi.org/10.1111/j.1747-7093.2004.tb00478.x>

JONE, C. (2005): “Press and Democratic Transition in Mozambique 1990-2000” en *Les Cahiers de l'IFAS*, vol. 7, pp. 1-102.

KACZMARCZYK, M. (2013): “Trasformatsiya mediasistemy v Pol'she posle 1989 g [versión en inglés]”, en *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*, vol. 18(13), pp. 195-206.

KIRAT, M. (1998): “Algerian Journalists and Their World”, en Weaver, D. (ed.), *The Global Journalist. News People Around the World*, Cresskill: Hampton Press, pp. 323-348.

KONIECZNA, M. (2014): “Do old norms have a place in new media? A case study of the nonprofit MinnPost”, en *Journalism Practice*, vol. 8, nº1, pp. 49-64. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.793511>

KONIECZNA, M. y ROBINSON, S. (2014): “Emerging news non-profits: A case study for rebuilding community trust?”, en *Journalism*, vol. 15, nº8, pp. 968-986. DOI: 10.1177/146488491350599

KUCINSKI, B. (1991): *Jornalistas e Revolucionários. Nos tempos da imprensa alternativa*, Eccentric Duo.

LINDLOF, T. R. (1995): *Qualitative Communication Research Methods*, Thousand Oaks, Sage.

LÓPEZ-FERRÁNDEZ, F. J. (2018): “Potencialidades, límites, contradicciones y retos del cuarto poder en red. De ‘Diagonal’ a ‘El Salto’”, en *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, vol. 7, nº1, pp. 77-111. <http://dx.doi.org/10.25267/COMMONS.2018.v7.i1.03>

MÁRQUEZ-RAMÍREZ, M., MELLADO, C., HUMANES, M. L., AMADO, A., BECK, D., DAVYDOV, S. y WANG, H. (2020): “Detached or interventionist? Comparing the performance of watchdog journalism in transitional, advanced and non-democratic countries” en *The International Journal of Press/Politics*, vol. 25, nº1, pp. 53-75. <https://doi.org/10.1177/1940161219872155>

MARTÍNEZ-POLO, J. M. y MARTÍNEZ-SÁNCHEZ, J. (2017): “El Salto y su propuesta de periodismo cooperativo” en *Redes.com: Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, nº15, pp. 224-249. doi 10.15213/redes.n15.p225

MAURI-RÍOS, M. (2020): “Periodismo y cambio en contextos de crisis. Análisis de la prensa de Barcelona durante la transición democrática (1975-1978)” en *RIHC. Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, vol. 2, nº14, pp. 289-310. <https://doi.org/10.12795/RIHC.2020.i14.13>

MAYRING, P. (2004): “Qualitative content analysis” en *A companion to qualitative research*, vol. 1, nº2, pp. 159-176.

MELLADO, C. y VAN DALEN, A. (2017): “Changing times, changing journalism: A content analysis of journalistic role performances in a transitional democracy” en *The International Journal of Press/Politics*, vol. 22, núm. 2, pp. 244-263. <https://doi.org/10.1177/1940161217693395>

- MENEZES, K. y RIBEIRO, R. M. (2020): "Jornal Top News (1973-1983) e Cooperativa de Jornalistas de Goiás (Projornal): Enfrentamentos da imprensa alternativa à ditadura militar" en *Revista Panorama-Revista de Comunicação Social*, vol. 10, nº1, pp. 14-18.
- MICK, J. y TAVARES, L. (2017): "Governance of Journalism and Alternatives to the Crisis" en *Brazilian Journalism Research*, vol. 13, nº2, pp. 114-140. <https://doi.org/10.25200/BJR.v13n2.2017.948>
- MONZÓN, J. L. y CHAVES, R. (2012): "La economía social en la Unión Europea". *Comité Económico y Social Europeo*. Disponible en Internet (13-11-2021): <https://bit.ly/3kWifH4>
- NEWSWATCH. (23 de mayo de 2018): "Algerian daily El Khabar becomes bestselling in Arab region despite the relentless legal prosecution", en *Newswatch*. Disponible en Internet (16-11-2021): <https://bit.ly/3qQSP1f>
- NIELSEN, R. K. (2016a): "The many crises of Western journalism: A comparative analysis of economic crises, professional crises, and crises of confidence", en Alexander, J. C., Butler-Breese, E. y Luengo, M., *The Crisis of Journalism Reconsidered: Democratic Culture, Professional Codes, Digital Future*, Nueva York: Cambridge, pp. 77-97.
- (2016b): "The Business of News" en Witschge, T., Anderson, C.W., Domingo, D. y Hermida, A., *The SAGE Handbook of Digital Journalism*, SAGE, pp. 51 - 67.
- PALACIO, L. (dir.). (2016): "Informe Anual de la Profesión Periodística 2016". *Asociación de la Prensa de Madrid*. Disponible en Internet (16-11-2021): <https://bit.ly/3CypuL9>
- (2017): "Informe Anual de la Profesión Periodística 2017". *Asociación de la Prensa de Madrid*. Disponible en Internet (16-11-2021): <https://bit.ly/3nHUGUh>
- (2019): "Informe Anual de la Profesión Periodística 2019". *Asociación de la Prensa de Madrid*. Disponible en Internet (16-11-2021): <https://bit.ly/3kU9BbM>
- PÉROTIN, V. (2013): "Worker cooperatives: Good, sustainable jobs in the community" en *Journal of Entrepreneurial and Organizational Diversity*, vol. 2, nº2, pp. 34-47. <https://doi.org/10.5947/jeod.2013.009>
- PICARD, R. G. (2014): "Twilight or new dawn of journalism? Evidence from the changing news ecosystem" en *Journalism Practice*, vol. 8, nº5, pp. 488-498. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.905338>
- PRICE, J. (2017): "Can *The Ferret* be a watchdog? Understanding the launch, growth and prospects of a digital, investigative journalism start-up" en *Digital Journalism*, vol. 5, nº10, pp. 1336-1350. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1288582>
- RAFTER, K. (2016): "Introduction: Understanding where entrepreneurial journalism fits in" en *Journalism Practice*, vol. 10, nº2, pp. 140-142. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1126014>
- REGO, A. R. (2019): "Crises e impermanências do jornalismo em um cenário digital-expectativas no horizonte" en *RIHC. Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, nº13, pp. 29-52. <https://doi.org/10.12795/RIHC.2019.i13.03>
- REY, F. (2002): "Crisis de la prensa argentina" en *Chasqui*, nº80, pp. 4-11.
- RODRÍGUEZ-PALLARES, M. y PÉREZ-SERRANO, M. J. (2022): "Gestión y organización. colaborativa de medios digitales en España. Estudio de casos de El Salto, CTXT y La Marea", en *Doxa Comunicación*, vol. 35, pp. 1-20. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1572>
- ROSENBERG, L. (2018): "'Es tiempo de un diario nuevo': el origen del diario *Tiempo Argentino* y las condiciones de posibilidad de la formación de la cooperativa Por más Tiempo (2010-2016)", en *La trama de la comunicación*, nº22, pp. 57-76.

- RUGGERI, A. (2011): “Reflexiones sobre la autogestión en las empresas recuperadas argentinas” en *Estudios. Revista de Pensamiento Libertario*, nº1, pp. 60-79.
- SCHERER, C. (2005): “Utopia e desencanto: Trajetória dos jornalistas na imprensa alternativa gaúcha” en *Estudos em Jornalismo e Mídia*, vol. 2, nº1, pp. 147-160.
- SCHNEIDER, N. (2020): “Broad-Based Stakeholder Ownership in Journalism: Co-ops, ESOPs, Blockchains”, *Media Industries Journal*, vol. 7, nº2, pp. 45-67. <https://doi.org/10.3998/mij.15031809.0007.203>
- SEGURA, M. S. (2014): “Desintermediación y participación. Los nuevos roles de periodistas y públicos en los medios no lucrativos” en *La Trama de la Comunicación*, vol. 18, pp. 115-133. <https://doi.org/10.35305/lt.v18i0.470>
- SHARMA, A. (2019): “Capital lies with a few, power with the masses”. *Down to Earth*. <https://bit.ly/3yvqAsy>
- SIAPER, E. y PAPADOPOULOU, L. (2016): “Entrepreneurialism or Cooperativism? An exploration of cooperative journalistic enterprises” en *Journalism Practice*, vol. 10, nº2, pp. 178-195. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1125760>
- SOENGAS, X., RODRÍGUEZ, A. I. y ABUÍN, N. (2014): “La situación profesional de los periodistas españoles: las repercusiones de la crisis en los medios” en *Revista latina de comunicación social*, nº69, pp. 104-124.
- SOLARI, N. (2019): “L’Âge de faire: une scop de ‘presse pas pareille’ à la croisée de mondes sociaux” en *Sur le journalisme*, vol. 8, nº1, pp. 98-113.
- SPARKS, C. (2011): “Media and transition in Latin America” en *Westminster Papers in Communication and Culture*, vol. 8, nº2, pp. 154-177. <https://doi.org/10.16997/wpcc.184>
- STARKMAN, D. (2014): *The Watchdog that didn't bark. The financial crisis and the disappearance of investigative journalism*, Nova York, Columbia University Press.
- SZYNOL, A. (2012): “Verlagsgruppe Passau, Orkla Media, and Mecom—Analysis of Different Business Strategies on Polish Press Market” en *Journalism and Mass Communication*, vol. 2, nº2, pp. 355-362.
- (2015): “From political submission to market driven independence” en Biernacka-Ligięza, I. (editor), *Media and Globalization*, Lublin: Maria Curie-Skłodowska University Press, pp. 73-88.
- TEJEDOR, S. y PLA, A. (2020): “Análisis del modelo de ingresos en medios nativos digitales de carácter alternativo de España”, en *Revista de Comunicación*, vol. 19, nº1, pp. 275-295. <http://dx.doi.org/10.26441/rc19.1-2020-a16>
- VOLTMER, K. (2013): *The Media in Transitional Democracies*, Cambridge/Malden, Polity.
- WEAVER, D. (ed.). (1998): *The Global Journalist. News People Around the World*, Cresskill, Hampton Press.