

COMMONS

Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital

Publicación bianual

Volumen 4, Número 2 pp. 93-123

ISSN 2255-3401

Diciembre 2015

**ACTIVISMO MEDIÁTICO EN LOS ALBORES DE INTERNET: EL CASO DEL MOVIMIENTO
OKUPA DE BARCELONA**

Helena Domínguez García

Fecha de envío: 12/09/2015

Fecha de aprobación: 25/10/2015

ACTIVISMO MEDIÁTICO EN LOS ALBORES DE INTERNET: EL CASO DEL MOVIMIENTO OKUPA DE BARCELONA¹

MEDIA ACTIVISM AT THE DAWN OF THE INTERNET: THE CASE OF BARCELONA SQUAT MOVEMENT

Helena Domínguez García

helenadominguezg@gmail.com

Universidade de Santiago de Compostela

Resumen

La presente investigación presenta un estudio histórico de las prácticas comunicativas del movimiento okupa de Barcelona durante las décadas de los 80 y los 90 desde una doble perspectiva: por una parte, se presta atención a la relación del movimiento con la prensa dominante de su entorno y, por otra, se reconstruye el repertorio de proyectos mediáticos alternativos desplegado por los activistas en la época. El objetivo es identificar qué factores políticos, sociales y comunicativos intervinieron en la génesis de los medios okupas y en qué medida influyó en este proceso el tratamiento que recibió la *okupación* en los medios de comunicación de masas. Asimismo, se identifican las características de los medios okupas que los diferencian de los medios convencionales. Los resultados de la investigación se sustentan en la recolección de datos empíricos en la ciudad de Barcelona en un período temporal que se extendió desde finales del año 2008 hasta mediados de 2010.

Palabras clave

Okupas; mediactivismo; movimientos sociales; comunicación alternativa; medios de los movimientos sociales

Abstract

This research presents a historical study of the communicative practices of the squatters' movement in Barcelona during the decades of the 80s and 90s from two perspectives: first, it pays attention to the relationship of the movement with the mainstream local newspapers; and secondly, it reconstructed the repertoire of alternative media projects deployed by activists at the time. The aim is to identify which political, social and communicative factors involved in the genesis of the squatters' media and to what extent this process was influenced by the treatment received by squatting in the mass media. It also identifies the characteristics of the media squatters that differ from conventional media. Research results are based on empirical data collection in the city of Barcelona in a time period that stretched from late 2008 until mid-2010.

Keywords

Squatters; mediactivism; social movements; alternative communication; social movements media

Introducción

Desde su aparición a mediados de los ochenta, el movimiento okupa de Barcelona ha experimentado en el campo de la comunicación con la creación y el sostenimiento de medios autogestionados. Este tipo de práctica alcanzó su punto álgido a finales de los años 90, con el lanzamiento de varios medios impresos y la formación de una red de activistas que se propusieron la creación de un proyecto colectivo de contrainformación al servicio de los movimientos sociales.

1. Este trabajo recoge parte de una investigación más amplia titulada *La prensa mural del movimiento okupa de Barcelona. Movimientos sociales y comunicación*, presentada en la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona en noviembre de 2010 para la obtención del Diploma de Estudios Avanzados (DEA)

Pero, ¿cuáles fueron los factores que impulsaron al movimiento okupa a crear sus propios medios? ¿Cómo afectó el contexto social? ¿Influyeron, de alguna manera, las relaciones de los activistas con los medios de comunicación de masas? ¿Qué tipo de medios propios crearon?

Para dar respuesta a estas preguntas, esta investigación se debe centrar en el ambiente social, político y comunicativo que rodeó al movimiento okupa de Barcelona durante sus primeras décadas de activismo. Es interesante conocer qué motivaciones llevaron a los okupas a apropiarse de los medios y cuál era la relación con la prensa dominante de su entorno, con el objetivo de establecer posibles vínculos entre ambas esferas mediáticas.

Asimismo, se identifican las principales características que presentan los proyectos mediáticos del movimiento okupa y el impacto que han tenido más allá de su entorno inmediato, en un contexto previo a la generalización de Internet. Esto permite comprobar que el *mediactivismo* o activismo mediático, entendido como un fenómeno que sitúa la producción alternativa de medios de comunicación en un lugar destacado del repertorio de protestas de los movimientos sociales, no puede ser asociado ni a una tecnología concreta ni a un contexto histórico determinado. Los movimientos sociales se las han ingeniado para tejer redes de colaboración y desarrollar canales de comunicación independientes de los poderes con las técnicas disponibles en cada época.

1. Movimientos sociales y medios: introducción al área de conocimiento

Este trabajo se sitúa en el área de los Movimientos sociales y la Comunicación, dos esferas de conocimiento estrechamente relacionadas. Así, las diferentes teorías de la acción colectiva consideran el impacto de los medios y la comunicación en los movimientos sociales. Y del mismo modo, en las teorías de la comunicación de masas pueden encontrarse referencias directas o indirectas a los movimientos sociales (Candón, 2011).

Para examinar la literatura académica, se propone una aproximación que distinga, por una parte, el estudio de los movimientos sociales y los medios de comunicación de masas dominantes; y por otra, el análisis de las propias manifestaciones comunicativas de los movimientos sociales, tomando como referencia contribuciones de tres tradiciones culturales: la europea, la norteamericana y la latinoamericana.

En el ámbito de estudio de los movimientos y los medios de comunicación, los investigadores se han interesado, entre otras cuestiones, por las dificultades de los movimientos para acceder a los medios (Molotoch & Lester, 1974), por la representación mediática (Gitlin, 1980; León, Burch & Tamayo, 2005) y por las estrategias y reacciones de los movimientos ante los media (Rucht, 2004). En general, la literatura muestra una relación asimétrica, en la que los movimientos sociales necesitan de los medios más que éstos de los activistas.

En la corriente que se ocupa de la praxis comunicativa de los movimientos sociales, algunos de los problemas teóricos más prolíficos han sido el debate conceptual sobre la forma de denominar los media de los movimientos sociales (Downing 2010; Hadl, 2007; Rodríguez, 2004) y los usos e impactos de Internet (Cammaerts 2007; Della Porta & Mosca, 2005). Más recientemente, se ha puesto el foco de atención en el activismo digital y las nuevas formas de participación política en relación con los medios sociales (Castells, 2012; Sampedro, 2014).

Los medios de los movimientos sociales son tan heterogéneos como los propios agentes sociales que los impulsan. Por lo tanto, cualquier propuesta teórica de sistematización de las características de este tipo de medios tropieza con una realidad cambiante, en la que, además, entran en juego diferencias históricas y culturales. Las recopilaciones de experiencias (Downing, 2001; Blisset & Brünzels, 2006) muestran un panorama diverso y también el hecho de que cualquier acción comunicativa, un simple grafiti, puede generar significados alternativos a los dominantes. En esta tesitura, buena parte de los intentos de caracterizar los media producidos por los actores colecti-

vos se han desarrollado en oposición a lo dominante, es decir, enfrentando los medios del sistema privado-comercial y público-estatal a “los otros medios” y señalando sus diferencias.

En todo caso, desde una perspectiva europea, se constata una evolución en el tipo de medios a los que han recurrido en mayor medida los movimientos sociales. Los periódicos estudiantiles de la izquierda de los 60 dieron paso a los vídeos y las radios libres de las siguientes décadas, y luego a las comunicaciones a través de la red en los 90 (Rucht, 2004). Para el contexto español, se distinguen dos etapas (López & Roig, 2006). La primera, en los ochenta, estuvo protagonizada por movimientos anarquistas y punk, que crearon radios libres y fanzines con contenidos en clave de denuncia y referencias locales. Y la segunda, a mediados de los noventa, se caracterizó por la influencia de los movimientos antineoliberales, que crearon contenidos con referencias internacionales y utilizaron Internet como tecnología dominante.

La aparición de Internet suele ser la línea que marca la división entre diferentes formas de comunicación de los activistas. De hecho, se considera que el *mediactivismo* apareció con la red y la transnacionalización de los movimientos (Pasquinelli, 2002). No obstante, si se entiende el activismo mediático como una forma de acción de los movimientos sociales específica del campo comunicativo, el fenómeno emerge como una práctica que ha acompañado a los movimientos en diferentes contextos históricos y geográficos.

Así las cosas, las periodizaciones mencionadas tienen la utilidad de subrayar el dinamismo de la praxis mediática de los movimientos sociales en el transcurrir del tiempo, pero cabe recordar que las diferentes tecnologías no se han superpuesto y que los activistas utilizan una u otra, o varias a la vez, según las circunstancias y los públicos a los que se dirijan. De hecho, el movimiento okupa de Barcelona continúa generando en el siglo XXI una gran cantidad de comunicaciones en papel.

2. Metodología

A través de una metodología cualitativa, se aborda el estudio de la comunicación del movimiento okupa desde una doble perspectiva. Por una parte, se analiza el tratamiento mediático del movimiento y la relación de los activistas con la prensa hegemónica, a través de una selección de conflictos clave. Y por otra, se exploran los propios medios de comunicación del movimiento para conocer los factores que intervinieron en su génesis, así como sus fórmulas de organización, financiación y distribución. Además, también se rastrearán las referencias en el discurso a los medios dominantes.

La investigación se apoyó en la realización de un trabajo de campo en la ciudad de Barcelona que se prolongó desde finales del año 2008 hasta mediados del año 2010. Se recurre a tres técnicas de recolección de datos: la entrevista no estructurada, la revisión documental y la observación. Así, se realiza una docena de entrevistas a activistas que participaron en los medios del movimiento okupa en diferentes épocas y se mantienen encuentros con activistas participantes en los boletines *Info Usurpa* y *Contra-Infos*².

2. Para la obtención de datos sobre la realidad de *Info Usurpa* y *Contra-Infos*, se han localizado las redacciones de los boletines y se han encontrado dos escenarios principales: en el caso del primero, la casa okupada *Blokes Fantasma*, en Gràcia, y en el segundo, un centro social de Sants, el *Espai Obert*. Este último, además, funcionaba como punto de distribución de ambas publicaciones. Ante la imposibilidad de concertar citas previas con los equipos de redacción, que no respondieron las solicitudes enviadas por correo electrónico, se acudió directamente a sus respectivos espacios de trabajo. Tras varios viajes infructuosos, se mantuvieron encuentros con activistas de ambas redacciones con fecha 12/05/2008.

En cuanto a la revisión documental, se ha recurrido a dos tipos de fuentes *hemerográficas*, la prensa diaria convencional y la prensa alternativa. En el primer grupo se incluye *La Vanguardia* y *El Periódico*, los dos diarios de referencia en Barcelona, cuyas hemerotecas se consultan para conocer el tratamiento mediático de la okupación en determinados períodos históricos; y en el segundo grupo, se han incluido los medios impresos creados por el movimiento okupa de Barcelona en los años noventa: *Zitzània*, *La Burxa*, *Usurpa*, *Info Usurpa* y *Contra-Infos*, cuyos textos sirven para acceder a la realidad cotidiana de los boletines y a su valoración de los medios de comunicación dominantes. También se efectuó un seguimiento de webs con información especializada en *okupación*, como *Indymedia Barcelona* y *A-Infos*.

La investigación se completó con la observación del fenómeno okupa en su escenario real, incluyendo el registro fotográfico, la visita a casas okupadas y centros sociales y la asistencia a eventos organizados por el movimiento okupa. Así, entre los años 2009 y 2010 se frecuentaron los centros sociales Can Vies, Ateneu Llibertari de Sants y Espai Obert, todos ellos en el barrio de Sants; y el CSO La Revoltosa, en el barrio de Camp de l'Arpa, en los que se pudo tomar nota de las actividades y discusiones relacionadas con los medios de comunicación alternativos.

Los datos obtenidos de las diferentes fuentes fueron contrastados con el objetivo de evitar errores de interpretación.

3. EL MOVIMIENTO OKUPA. ¿DE QUÉ SE ESTÁ HABLANDO?

3.1. Perfil sociológico del movimiento okupa

La *okupación* es un movimiento heterogéneo en el que confluyen activistas de diversos perfiles: feministas, ecologistas, anarquistas y anticapitalistas, entre otros. Así, las actividades del movimiento okupa no se restringen a la apropiación de inmuebles sin consentimiento de sus propietarios. El fenómeno implica diversas redes sociales, compuestas por pequeños medios de comunicación independientes, ateneos libertarios y centros sociales, editoriales alternativas y colectivos de diversa índole. Se dice que la *okupación* es “un activismo que pretende ser transversal a las distintas opresiones (de clase, de etnia, sexual, etc.)” (Trujillo, 2006:71), así que, desde el punto de vista sociológico, admite una gran diversidad de lecturas.

Si bien es cierto que existen *okupaciones* rurales, es en las metrópolis donde el movimiento okupa ha alcanzado un mayor desarrollo y expansión, de ahí que se considere un movimiento fundamentalmente urbano. Los activistas de la *okupación* denuncian públicamente problemas como la especulación urbanística y las dificultades de acceso a la vivienda y su sola existencia plantea un debate sobre el modo en que son gobernadas las ciudades. Además, su condición de movimiento urbano tiene también repercusión sobre las prácticas comunicativas de los activistas, dado que es en las ciudades donde los individuos están sometidos a una mayor saturación de mensajes procedentes de la cultura dominante. El movimiento okupa reacciona a ellos con la creación de proyectos mediáticos alternativos encaminados a construir nuevos significados.

Desde el punto de vista económico, el movimiento se ha caracterizado por poner en marcha formas alternativas de producción y distribución de bienes, por ejemplo, mediante la creación de huertos urbanos, en los que producen sus propios alimentos, o la organización de mercadillos gratuitos y actividades de trueque, tal y como se ha podido observar en el movimiento barcelonés. Desde una perspectiva política, se trata de un movimiento de la “izquierda autónoma”, una expresión utilizada para remarcar la no militancia de los activistas en organizaciones políticas formales y su independencia con respecto a las instituciones del Estado. La autonomía, en este caso, también está relacionada con la práctica de la autogestión, es decir, la habilidad de los activistas para organizar, gestionar y financiar sus propias actividades.

3.2. La aparición de la okupación en Europa

La *okupación* es un movimiento social presente en numerosas ciudades del mundo. En la Europa occidental, el origen del fenómeno se sitúa en Gran Bretaña, en un contexto en el que la sociedad inglesa padecía un grave problema de acceso a la vivienda (Martínez, 2002). La primera *okupación* colectiva y organizada, conocida como la *London Squatters Campaign*, está fechada en 1968 y fue protagonizada por familias sin recursos, que se apropiaron de inmuebles vacíos de titularidad municipal.

Las motivaciones de tipo económico intervinieron, pues, en el germen de la *okupación*. Pero a las reivindicaciones en torno a la provisión de vivienda pronto se fueron sumando otras demandas relacionadas con las desigualdades provocadas por el modelo de desarrollo urbano y con la reclamación de espacios de vida alternativos. De esta manera, cuando a finales de los años 70 el fenómeno *okupa* se extendió por las ciudades de Europa, el movimiento ya se hallaba entremezclado con diferentes cuestiones: contracultura punk, activismo político, experimentación personal y acción lúdica y festiva, entre otras.

La *okupación* alcanzó una notable implantación en países como Holanda e Italia (Pruijt, 2004). Ámsterdam se convirtió en lugar de peregrinaje para los *okupas* europeos, gracias a su singular marco legislativo, que hasta el año 2010 permitió la *okupación* de inmuebles bajo determinadas circunstancias, como por ejemplo, que llevasen largo tiempo deshabitados. Y el movimiento italiano se significó por la expansión y el dinamismo que alcanzaron los centros sociales *okupados*, principalmente en ciudades como Roma y Milán.

En España, el movimiento hizo su aparición en la segunda mitad de la década de los 80, en una situación de vacío legal y de falta de experiencia de las administraciones locales en la gestión de este tipo de conflictos. La *okupación* se ilegalizó en 1996, con la introducción en el Código Penal del delito de “usurpación”, pero ello no hizo desaparecer el movimiento, que entró en el siglo XXI con una alta densidad de *okupaciones* en ciudades como Barcelona³. Los orígenes, la evolución histórica, la composición social, los discursos y las prácticas del movimiento pueden consultarse en las investigaciones del sociólogo Miguel Martínez López (2002; 2004), uno de los principales expertos en la materia en el contexto del estado español.

3. Un informe del Ayuntamiento de Barcelona, citado por *La Vanguardia* (Suñé, 2007), estimaba que en 2007 el censo de inmuebles *okupados* en la capital catalana era de 293.

3.3. La comunicación en el movimiento: medios y formatos

El movimiento okupa entiende la publicidad como una condición necesaria para desarrollar sus acciones. Así por ejemplo, las *okupaciones* de inmuebles son mostradas públicamente, mediante llamativas reivindicaciones en las fachadas, la distribución de folletos explicativos dirigidos al vecindario, el izado de banderas con simbología y reivindicaciones okupas y la redacción de comunicados de prensa, por citar algunas de las técnicas más habituales. La subversión de la *okupación* no radica tanto en el cuestionamiento de la propiedad privada, como en la exhibición pública que de ello se hace.

En el ámbito mediático, el movimiento okupa se ha significado por la gran importancia que concede a la creación de medios alternativos. Su implicación abarca todas las fases del proceso, desde la propia concepción del medio hasta la obtención de financiación. Y se extiende tanto a los medios propios como a los de otros movimientos sociales afines.

Históricamente, han sido los medios impresos los principales formatos a los que ha recurrido el movimiento, y esto es así por varias razones. En primer lugar, por tradición cultural, ya que el sector de las publicaciones es el más antiguo de los medios de comunicación y cuenta con una amplia trayectoria en el seno de los movimientos sociales. Así, entre los antecedentes de la prensa okupa aparecida en los 90, habría que considerar las publicaciones anarquistas y libertarias, así como la prensa local, de amplia tradición en el entorno barcelonés. Algunos estudios (Maristany & Musons, 2002) incluyen algunas publicaciones próximas al ámbito okupa en el grupo de la *prensa de barrio*, dada su vinculación al sentimiento de pertenencia al territorio urbano.

En segundo lugar, por razones prácticas y estratégicas, ya que la elaboración de fanzines, folletos, revistas y pósteres constituye una alternativa mediática que no requiere de sofisticadas tecnologías. Y todavía se puede citar una tercera razón, que explica por qué el movimiento okupa barcelonés continúa generando en el siglo XXI gran cantidad de comunicaciones en papel: estas son más difíciles de intervenir que los medios que se propagan a través del espacio radioeléctrico, sometido a mayores controles, o a través de Internet, un canal del que recelan algunos activistas debido a los rastros de navegación que quedan registrados en la red.

Entre los medios impresos, en el movimiento okupa de Barcelona han proliferado los boletines murales, un soporte singular que aúna las características del póster y el periódico. Se trata de un formato poco frecuente en publicaciones periódicas pero que cuenta, no obstante, con cierta tradición en las comunicaciones de los movimientos sociales de otros lugares del mundo. Un ejemplo paradigmático es el *dazibao*, un periódico mural de grandes dimensiones, que fue utilizado en China en diferentes períodos históricos y por fuerzas sociales de diferentes tendencias, para difundir masivamente ideas políticas (Downing, 2001).

Cuando se habla de publicación o boletín mural, se refiere a un formato particular de prensa escrita que se exhibe en los espacios públicos, ya sea fachadas, puertas o paredes exteriores de inmuebles, para que su contenido pueda ser visto por las personas de paso. El mural en papel posee un carácter transgresor que no tiene la distribución digital en Internet: el atrevimiento de cuestionar la lógica dominante en el espacio público urbano, y a la vista de cualquiera. Los usuarios que consultan la versión digital de los boletines saben de antemano lo que están buscando. El boletín mural en papel, sin embargo, tiene la capacidad de poder sorprender a un público diverso que no tiene por qué responder al perfil de activista que consulta la publicación.

Los activistas de la *okupación* también se han implicado en el sector radiofónico, contribuyendo a sostener, con recursos y contenidos, las radios libres. En los 80, e incluso algunos años antes, surgieron en Barcelona toda una serie de pequeñas radios independientes que, aprovechando el vacío legal existente, comenzaron a ocupar los huecos disponibles en el dial con todo tipo de contenidos. Algunas de ellas, como *Ràdio P.I.C.A.*, *Ràdio Bronka* y *Ràdio Korkó* contribuyeron a popularizar la *okupación* a través de sus programas.

En el ámbito de Internet, es habitual que algunas casas okupadas dispongan de su propia web o blog. Algunos estudios (Martínez & Ramos, s.f.) señalan, no obstante, la corta existencia e irregular actualización de contenidos que caracterizan a las webs del movimiento, debido a la incertidumbre permanente de los espacios okupados y al modo de vida de los activistas, que no desean dedicar tiempo a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Una parte del movimiento okupa muestra rechazo hacia Internet, debido a un posible control ejercido a través de las comunicaciones. Aun así, el movimiento okupa de Barcelona ha sido pionero en el uso de esta tecnología, que ha utilizado para divulgar sus publicaciones impresas más allá del entorno inmediato.

4. La relación entre los okupas de Barcelona y los medios dominantes

4.1 La primera portada de prensa

El colectivo *Squat* fue un grupo pionero de jóvenes activistas que comenzó a actuar en Barcelona en los ochenta, inspirándose en la experiencia de los okupas europeos. El colectivo realizó únicamente dos okupaciones, la primera en diciembre de 1984 en el barrio de Gràcia, y la segunda y última, en marzo de 1985, en el barrio de Vallcarca. Ambas okupaciones fueron desalojadas rápidamente por la policía, pero recibieron una amplia repercusión mediática que contribuyó a divulgar una práctica social desconocida en la época.

Los activistas fueron conscientes desde un principio de que la presencia en los medios de comunicación de masas era necesaria para recabar apoyo social. La primera *okupación* duró unas horas y tuvo lugar en la noche del 7 diciembre de 1984, en un inmueble abandonado de la calle Torrent de l'Olla. Así, al día siguiente del desalojo, el colectivo organizó una rueda de prensa para presentarse en sociedad, criticar la actuación policial y denunciar el encarecimiento de los alquileres.

“Nacen en Barcelona los ‘ocupa-pisos’” (1984, 9 de diciembre) destacó *El Periódico* con grandes titulares en portada (figura 1). Por su parte, el diario *La Vanguardia* fue más escueto, pero también se hizo eco de los hechos en una breve noticia en páginas interiores titulada “Barcelona: los ocupantes de una casa en Gràcia, en libertad” (1984, 10 de diciembre). Nótese que por entonces todavía no se utilizaba la palabra “okupa”, estaba naciendo un fenómeno para el que todavía no tenían nombre ni los medios de comunicación, ni los propios activistas, que recurrían a la terminología inglesa para autodenominarse.

Figura 1. Portada *El Periódico de Catalunya*, 1984.



Fuente: hemeroteca de *El Periódico de Catalunya* en Barcelona

Una vez pasada la novedad, los medios de comunicación no prestaron demasiada atención al incipiente movimiento okupa de Barcelona. Y los activistas mantuvieron contactos cordiales con los periodistas. El punto de inflexión en la relación se produjo en 1996, con la ilegalización de la *okupación* y la cobertura mediática del desalojo del Cine Princesa.

4.2 El descontento con la representación mediática

El cine Princesa fue un centro social ubicado en la céntrica Vía Laietana, que permaneció okupado durante siete meses. En la época, constituía una de las *okupaciones* más emblemáticas, por las amplias dimensiones del inmueble y por la intensa programación de actividades que acogía. El desalojo del cine⁴ se produjo en la madrugada del 28 de octubre de 1996, unos meses después de la ilegalización de la *okupación* y en medio de un inusitado y espectacular despliegue policial. Los activistas se negaron a abandonar la casa y resistieron durante horas el asedio de las fuerzas de seguridad.

4. Para más detalles sobre el desalojo del cine, ver el documental: Royo, O. & Ferré, I. P. (2005): *Okupa, crónica de una lucha social* [vídeo]. Barcelona: Nous Projectes Audiovisuales.

Los acontecimientos fueron noticia durante varios días en los medios de comunicación masivos. El movimiento okupa aumentó así su visibilidad, pero lo hizo enmarcado en imágenes violentas y un lenguaje bélico que oscurecieron el fondo social y político del fenómeno.

La indignación causada por la representación mediática del desalojo quedó plasmada en la literatura generada por el movimiento en los años siguientes. Y lo que es más importante, incorporó definitivamente a los medios de comunicación dominantes al grupo de antagonistas de los movimientos sociales. Un caso paradigmático fue la campaña ‘Trenquem el silenci’ (figura 2), que denunciaba el silenciamiento de diversos problemas sociales. Uno de los ejes de la protesta fueron los medios de comunicación. Por un lado, los medios de contrainformación próximos al ámbito okupa pusieron en marcha una campaña de promoción, presentándose como alternativa a los medios del poder. Y por otro lado, el ataque a las instituciones mediáticas traspasó el nivel del discurso con el lanzamiento de pintura a la fachada de La Vanguardia, para denunciar “la criminalització de certs moviments socials” (“Trenquem el silenci!”, 1999).

Figura 2. Cartel de la campaña *Trenquem el silenci*



Fuente: archivo de La Ciutat Invisible, en Barcelona

¿Estaban fundadas las quejas con respecto a la cobertura de los medios? El Consell de la Informació de Catalunya, dependiente del Col·legi de Periodistes, constató que la prensa mostraba “una certa crispació envers el moviment okupa” (Consell de la Informació de Catalunya, 1999), en un informe oficial elaborado a raíz de varias reclamaciones ciudadanas sobre la cobertura de una manifestación en Sants. Sobre esta protesta, que desembocó en un enfrentamiento entre activistas y policía, se hablará con más detalle a continuación.

4.3. La criminalización

El 12 de octubre de 1999, Día de la Hispanidad, los movimientos alternativos de Barcelona organizaron una contramanifestación en reacción a una concentración convocada por grupos de ultraderecha. Durante la protesta se produjo un enfrentamiento entre policía y manifestantes, que se saldó con una treintena de activistas detenidos, algunos de los cuales ingresaron en prisión preventiva con cargos de lesiones, daños y asociación ilícita.

La manifestación de Sants, así como sus consecuencias políticas y judiciales, obtuvo una amplia resonancia en la prensa dominante y también fue objeto de seguimiento en la prensa del movimiento okupa, cuya principal publicación era por entonces el boletín mural *Info Usurpa*. En respuesta a la actuación policial, *Info Usurpa* reprodujo un artículo (“[Reflexiones y consejos](#)”, 1999, noviembre) tomado de una publicación madrileña en el que se proporcionaban recomendaciones a los activistas para no ser reconocidos en las manifestaciones y técnicas para responder a los ataques de la policía. Como hacían cada semana desde hacía más de un año, los activistas del boletín subieron los contenidos a la web. A los pocos días, se sorprendían al ver cómo los medios de comunicación convertían en noticia el mencionado artículo, descontextualizado y enmarcado en redes internacionales de guerrilla urbana. “Un grupo okupa lanza un manual de guerrilla en Internet” (Corachán, 1999, 19 de noviembre) titulaba *El Periódico*. Por su parte, el diario *ABC* también atribuía al boletín una función violenta: “estos colectivos [de okupas] se están agrupando en organizaciones con conexiones internacionales, que intercambian información y doctrina a través de Internet, incluyendo manuales de autodefensa, auténticos tratados de guerrilla urbana” (“Okupas y ocupadores”, 1999, 14 de diciembre).

El inesperado protagonismo mediático de *Info Usurpa*⁵ provocó la indignación del movimiento okupa, que expresó su malestar con los medios dominantes en una serie de airados artículos y comunicados ("[TVE està subscripta a l'Infousurpa!](#)", 1999, noviembre; "[Comunicado de la Casa de La Muntanya sobre la manipulació informativa](#)", 1999). El propio boletín implicado se vio en la necesidad de aclarar en sus páginas su función.

No somos el "órgano de expresión", ni los "portavoces", ni la "cabeza visible", ni los "voceros" de ninguna plataforma, coordinadora, asamblea, colectivo, kasa o centro social, sino un medio más para que todas estas voces acalladas o manipuladas por los media, el estado y los partidos, puedan hacerse oír. Sabemos muy bien lo que representa la prensa, quien la paga y quien la maneja, pero de un tiempo a esta parte estamos asistiendo al renacer de una agencia informativa; la del ministerio de interior. ("Interior, prensa! Más de los mismo!", 1999, noviembre)

A pesar de todos los acontecimientos descritos, no se puede afirmar, sin embargo, que exista intención de desacreditar sistemáticamente al movimiento okupa en todos los medios y casos. En el contexto de Madrid, un estudio (Alcalde, 2004) de las noticias publicadas en el diario *El País* entre 1985 y 2002, mostró que la cobertura depende del periodista, de su jefe de sección, de que se prevean alteraciones del orden público y del apoyo social que reciban los activistas. Además, se comprobó que los activistas de Barcelona continuaron recurriendo a la colaboración de los medios convencionales, especialmente en situaciones de amenaza de desalojo.

5. El origen de los medios del movimiento okupa

5.1 Del fanzine *Usurpa* al mural *Info Usurpa*

El recorrido histórico de esta sección se inicia con el lanzamiento de la primera publicación periódica oficial del movimiento okupa de Barcelona, denominada *Usurpa*. Ello no significa que no existiesen con anterioridad medios alternativos vinculados a la okupación, pues ya a finales de los ochenta se había conformado en torno a las primeras okupaciones un pequeño mercado cultural, con la distribución comercial de fanzines y casetes musicales 'pro squat'⁶.

5. Según consta en diferentes fuentes de la prensa okupa, *Info Usurpa* fue noticia en el *Informatiu migdia* de TVE de Catalunya, con fecha 17/11/1999 y también en los diarios *El Mundo*, y *Avui*, además de los dos ya mencionados, *El Periódico* y *ABC*.

6. Es de destacar el fanzine *N.D.F.*, especializado en música punk, que se editó entre 1983 y 1988. Bajo el sello N.D.F. se organizaron conciertos "pro squat" y se editó material especial, como el fanzine y casete *La lucha continúa*, lanzado en 1985, después de las dos primeras okupaciones de las calles Torrent de L'Olla y Bolívar; o el single *Resiste Cros 10*, publicado en 1988 en apoyo a un centro social de Sants amenazado de desalojo.

Los orígenes del fanzine *Usurpa* se remontan a 1996, en un período marcado por la reforma del Código Penal y la penalización de la *okupación*. De hecho, la cabecera toma su nombre de la figura legal “usurpa”, introducida en la nueva ley. El cambio en la situación legal de los activistas desencadenó una oleada de protestas, desalojos y nuevas okupaciones; y también una intensa actividad mediática, que se plasmó en el lanzamiento de varias publicaciones entre los años 1996 y 1998.

La tipificación como delito de la *okupación* y la consecuente política represora impulsó una cierta organización del movimiento, que lanzó su primera publicación bajo el amparo de la Asamblea de Okupas de Barcelona, *Usurpa*. El fanzine se publicó con periodicidad regular durante su primer año de vida, posteriormente quedó interrumpido y resurgió en 1998 con una última entrega, en la que hacía un llamamiento a los movimientos sociales para reforzar la contrainformación.

En aquel momento, comenzaba a tomar forma un nuevo proyecto en respuesta a la expansión de los centros sociales okupados que se estaba produciendo en la ciudad. A comienzos de 1998 aparecía el boletín mural [Info Usurpa](#), concebido como una agenda impresa de protestas y actividades alternativas, destinada a ser exhibida en las fachadas de los centros sociales. Esta fórmula contribuyó a dar visibilidad en las calles a reivindicaciones sociales y modos de vida que permanecían reclusos en circuitos marginales, al tiempo que permitió conectar con un público potencial amplio sin necesidad de imprimir un número elevado de copias.

Por otra parte, el movimiento se organizó para lograr una difusión eficaz. La distribución de las copias impresas se colectivizó y se centralizó en un único centro social, al que acudían los activistas para recoger los murales y exhibirlos en sus respectivos barrios. Además, la disponibilidad de Internet permitió ampliar el alcance del boletín, que comenzó a publicar sus contenidos en webs especializadas.

Unos meses después del lanzamiento de *Info Usurpa*, aparecían los fanzines *Zitzània* y *La Burxa*, en reacción a la demolición de varias okupaciones emblemáticas de Barcelona y L'Hospitalet. Ambos nacieron en un contexto de emer-

gencia, con la intención de contestar el discurso de los medios de masas y la clara conciencia de servir a los movimientos sociales, y ambos acabarían convergiendo, junto con *Info Usurpa*, en la puesta en marcha de una propuesta mediática más ambiciosa.

5.2 Contra-Infos, desde y para los movimientos

A finales de la década de los 90 se había creado en Barcelona un conglomerado de medios alternativos, que propició la formación de una red de activistas especializados en la comunicación. Los mismos redactores participaban en varios medios a la vez o pasaban de un proyecto a otro, formando un entramado de nodos interconectados capaz de compartir sinergias y establecer alianzas.

Un grupo de medios, entre los que se encontraban *Zitzània*, *La Burxa*, *Usurpa* y *Ràdio Bronka*, llegó a un acuerdo para crear un nuevo proyecto colectivo de comunicación, que se materializó en el boletín mural *Contra-Infos*⁷. Tal y como refleja el número inaugural, su intención era crear un canal de comunicación de los movimientos sociales, al margen de “los medios oficiales” (“[Salut! Aquest és el primer número](#)”, 1998, junio). No obstante, según se desprende de la lectura de los primeros números, los activistas se encontraron con dificultades para conseguir información de su entorno, ya que los propios movimientos sociales primaban el contacto con la prensa convencional, en busca de mayor eco para sus acciones.

[Contra-Infos](#) se inspiró en la experiencia anterior de *Info Usurpa* y adoptó la forma de mural impreso para fijar sobre las paredes del espacio urbano. También se sirvió de la red de distribuidores que había sido creada para difundir *Info Usurpa*. De esta manera, era habitual ver expuestos en la calle ambos murales juntos (figura 3). Además, *Contra-Infos* se ofrecía en versión digital en Internet.

7. Para más detalles sobre el origen de este medio, consultar: Zitzània Colectivo (2000). *La contrainformación, una alternativa a los medios de comunicación de masas*. En Asamblea de Okupas de Terrassa (Comp.), *Okupación, represión y movimientos sociales* (pp.125-134). Madrid: Diatriba y Traficantes de Sueños.

Figura 3. Exposición en la calle de boletines murales



Fuente: archivo propio. Fotografía tomada en noviembre de 2008 en Barcelona

El proyecto *Contra-Infos* logró consolidarse y se publicó con periodicidad regular hasta finales de 2010. El fanzine *Zitzània* desapareció tras cuatro números, al implicarse sus promotores directamente en la producción de *Contra-Infos*. *La Burxa* dejó de publicarse en papel recientemente. Y en cuanto a *Info Usurpa*, continúa editándose en la actualidad.

5.3 Caracterizando los medios okupas

Las experiencias de comunicación que se han descrito tienen en común varios aspectos, que también se pueden hallar en otros medios de los movimientos sociales:

- Los contenidos se centraron en dar voz a los movimientos sociales de la izquierda alternativa excluidos de los medios convencionales.
- El sostenimiento se basó en la autogestión. La financiación se obtuvo de la organización de fiestas y diversas actividades. Las condiciones de precariedad obligaron a los participantes a lanzar continuos llamamientos a la colaboración económica.
- Los equipos de trabajo se nutrieron de activistas de los movimientos sociales. La participación se vio reforzada por las relaciones personales de afinidad que se forjaron en torno a los proyectos mediáticos. Por otra parte, se constató una gran movilidad en los participantes de los medios, cuya composición se fue renovando con los años. Este relevo no se percibía en las cabeceras, que carecían de organigramas o portavoces identificables.
- La prensa okupa favoreció la reflexión crítica sobre la labor de los medios de masas, al tiempo que se erigió en plataforma de autopromoción de los medios de los movimientos sociales.
- Otro rasgo destacable de la forma de trabajar es que no se pretendía la objetividad, sino posicionarse ante los hechos que relataban.

Aparte de estas características, los medios vinculados a la okupación presentan rasgos genuinos, como su imbricación en los centros sociales okupados, espacios que alcanzaron un amplio desarrollo a partir de 1998. A diferencia de las casas, los centros sociales no cumplen la función de vivienda, son lugares creados para la discusión política, la creación cultural y la reunión lúdica y funcionan de forma independiente de las instituciones políticas y económicas tradicionales. En la revista [Centres socials okupats. Per l'autogestió i contra els](#)

15. A modo de ejemplo y teniendo en cuenta el carácter no empírico de este trabajo, puede visitarse la pestaña de interacciones de los perfiles en Twitter de organizaciones y medios feministas de referencia en España y Latinoamérica como *Pikara Magazine* (https://twitter.com/pikaramagazine/with_replies), *Mujeres en Red* (https://twitter.com/mujeresenred/with_replies), *Feminicidio.net* (https://twitter.com/feminicidio/with_replies), *Sin Género de Dudas* (https://twitter.com/SinGENEROdDUDAS/with_replies) o la Federación Estatal de Organizaciones Feministas (https://twitter.com/CoordinadoraFem/with_replies).

[desallotjaments](#), la Asamblea de Okupas de Barcelona justificaba la creación de este tipo de artefactos como una reacción ante el control político al que estaban sometidos los centros cívicos municipales: “Cuando un colectivo de jóvenes intenta llevar a cabo cierto tipo de actividades reivindicativas la censura está a la orden del día” (Asamblea d’okupes de Barna, s.f., pp.4-5).

Tal y como se ha observado en el movimiento okupa barcelonés, los centros sociales contribuyeron de forma fundamental a la creación y el sostenimiento de medios de comunicación alternativos, en varios sentidos:

- Sirvieron de espacios de formación y reflexión: en los centros sociales se organizaron actividades formativas, por ejemplo, talleres de elaboración de fanzines, de serigrafía, creación de webs y maquetación. También se celebraron jornadas destinadas a reflexionar y debatir sobre la función de los medios de comunicación alternativos.
- Proporcionaron recursos, tanto materiales como económicos: suministraron infraestructuras a los medios (espacio de trabajo, material informático...) y sirvieron de puntos de recaudación de fondos para radios libres, fanzines y otro tipo de publicaciones. Los instrumentos de recaudación variaron desde simples huchas hasta la organización de fiestas. Además, en ocasiones los centros sociales actuaron como centros de comunicación en apoyo a movilizaciones y campañas concretas. Es el caso, por ejemplo, de las manifestaciones de 2001 contra el Banco Mundial, que tuvieron su centro de prensa en el Espai Obert.
- Ejercieron de distribuidores: los centros sociales funcionaron como lugares de consulta y distribución de la prensa alternativa generada por los movimientos sociales de su entorno, actuando como auténticos centros de documentación. Algunas de las publicaciones que se encontraron durante el trabajo de campo en los centros okupados barceloneses fueron: *Directa*, *Antisistema*, *El Pèsol Negre*, *La Burxa*, *Contra-Infos e Info Usurpa* (no estaban presentes en todos los centros), así como toda una serie de publicaciones no periódicas editadas con motivo de eventos concretos.

5.4. El impacto de *Info Usurpa* en el movimiento global de okupaciones

Los diferentes grupos de okupas europeos mantienen contactos entre sí y tienen conocimiento de las experiencias de diferentes países, adquirido ya sea mediante la organización de encuentros internacionales, los viajes de los activistas o el intercambio de material informativo. Esta dimensión transnacional del movimiento propició que el boletín mural *Info Usurpa* fuese replicado por activistas de diversas partes del mundo, que se inspiraron en la experiencia barcelonesa para crear una publicación al servicio de los centros sociales. La existencia de los boletines *Info Usurpa London* (Gran Bretaña), [Info Usurpa Winnipeg](#) (Canadá), *Info Usurpa Praha* (República Checa) y [UsurpaMadri](#) (Madrid) da una medida del impacto que ha tenido la publicación catalana, y por ende los centros sociales de Barcelona, en el movimiento global de okupaciones. A continuación se exponen brevemente cada una de las experiencias:

- *Info Usurpa Londres*: la edición londinense de *Info Usurpa* estuvo activa aproximadamente durante cinco años. Surgió en el 2006 por iniciativa de un activista barcelonés que se trasladó a vivir a Londres y exportó la idea de reunir en un boletín las actividades alternativas organizadas por los diferentes centros sociales. Desde un principio, el boletín se publicó únicamente en formato digital, a través de la web de *Indymedia Londres*.
- *Info Usurpa Winnipeg*: esta publicación canadiense fue creada por un activista canadiense, que conoció el boletín barcelonés durante su participación en el encuentro de activistas homosexuales *Queeruption*, celebrado en Barcelona en 2005. Tras solicitar permiso a *Info Usurpa Barcelona*, decidió crear un boletín similar en Winnipeg para ayudar a los centros sociales de su ciudad a difundir sus actividades y recaudar dinero, en una época en la que atravesaban dificultades económicas. *Info Usurpa Winnipeg* mantuvo una periodicidad más o menos regular durante los dos primeros años de existencia. El último número se publicó en diciembre de 2009.
- *Usurpa Madri*: estuvo en circulación entre los años 2007 y 2008 con un formato idéntico a la versión barcelonesa. Interrumpió su edición después de publicar 25 números. No se ha podido obtener más información sobre el origen de esta experiencia, aunque sabemos que en Madrid, tanto el movimiento okupa como los centros sociales alcanzaron un amplio desarrollo (*Seminario de Historia Política y Social de las Okupaciones en Madrid*, 2014).

- *Info Usurpa Praha*: nació en 2008 vinculado a dos centros sociales de Praga, denominados Milada y DVP, con la intención de recopilar las actividades del ámbito okupa y anarquista de la ciudad (figura 4). El nombre de la cabecera, *Info Usurpa Praha*, fue elegido por votación por los activistas, tras un proceso de selección convocado en el número 0 de la publicación. La publicación se ofrecía en Internet para que los activistas imprimiesen sus propias copias. Tras lanzar quince números, el proyecto se extinguió.

Figura 4. Portada de *Info Usurpa Praha*



Fuente: <http://praha.squat.net>

Los proyectos descritos tienen en común su corto e irregular ciclo de vida, un hecho que pone de relieve la excepcionalidad de Info Usurpa Barcelona.

Conclusiones

Como se ha visto, en la génesis de la prensa okupa de Barcelona intervinieron múltiples parámetros. En primer lugar, factores de la estructura de oportunidades políticas: el cambio en la situación legal de los activistas y la consecuente política represora generó en el movimiento la necesidad de alzar la voz. Al mismo tiempo, el descontento con la cobertura de los medios de comunicación dominantes reafirmó a los activistas en su decisión de disponer de sus propios medios de comunicación.

El movimiento okupa reaccionó al discurso de los medios adoptando una posición ambivalente. Por una parte, mostró una crítica explícita hacia la prensa dominante y, en ocasiones, la convirtió en blanco de sus iras. Pero por otra, fue consciente de que una representación favorable podía contribuir a generar un mayor apoyo social hacia su causa y mantuvo los contactos. Las razones para optar por una u otra estrategia habrá que buscarlas en cada caso concreto, dependiendo de las circunstancias tanto de los activistas como de los periodistas.

De todas maneras, parece que los medios de masas y el movimiento okupa están condenados, salvo excepciones, al desencuentro, teniendo en cuenta que los primeros suelen estar sometidos a los mismos intereses políticos y económicos que tratan de combatir los segundos.

Los medios alternativos que se han analizado presentan especificidades frente a los medios convencionales. Una de ellas es que surgieron en el seno de los movimientos sociales para los movimientos sociales. Nacieron al margen de cualquier empresa, partido político u organismo de la administración. Además, partieron de una reflexión crítica sobre la labor de los medios de comunicación de masas, lo que no quiere decir que sean mejores que éstos. Se trata, simplemente, de medios diferentes.

Las diferencias de los medios okupas se hacen explícitas en los contenidos, que dan cabida a grupos sociales que no encuentran su lugar en los medios masivos; y en su organización y objetivos, que son un reflejo de los comportamientos y valores del propio movimiento. No obstante, tal y como señalan

algunos autores, medios hegemónicos y alternativos pueden llegar a influenciarse mutuamente (Atton, 2002), de manera que demandas que hoy sólo se hacen visibles en los medios alternativos pueden terminar siendo abanderadas por los medios masivos en determinado momento.

En el período estudiado, se asiste a una experiencia de *mediactivismo* previa a la generalización de Internet en las prácticas de los activistas. El lanzamiento de publicaciones centradas en las preocupaciones del movimiento okupa sirvió de campo de ensayo para la gestación de otros proyectos que trascendían la *okupación* y pretendían servir a los movimientos sociales. En torno a estos proyectos, los activistas construyeron a escala urbana redes sociales de apoyo, sin necesidad de disponer de un espacio virtual de referencia. En su lugar, los centros sociales actuaron como lugares de encuentro, discusión y catalización de la acción mediática.

Por otra parte, la reproducción de *Info Usurpa* en los centros sociales de diferentes metrópolis del mundo muestra un caso de internacionalización de un proyecto mediático sin que la existencia de Internet haya sido determinante en el proceso, al tiempo que deja entrever la resonancia que ha adquirido el movimiento okupa de Barcelona entre las redes mundiales de activistas de la *okupación*.

Los resultados de la presente investigación conducen a dos reflexiones principales, que los movimientos sociales generan en cada época la forma adecuada de resistencia, también en el campo de la comunicación; y que la conformación de redes de activistas especializados en la comunicación alternativa es anterior a la irrupción de Internet y las redes sociales. Las experiencias de comunicación que se han descrito en este trabajo surgieron como formatos impresos rudimentarios, como el fanzine y el boletín mural, sin embargo, tras ellas se han encontrado formas avanzadas de activismo mediático, que favorecieron la autogestión de los medios, la participación y la colaboración de diferentes colectivos en proyectos comunes y la deliberación sobre el rol de la contrainformación en los movimientos sociales.

Bibliografía

- ALCALDE VILLACAMPA, J. (2004). La batalla de los medios: la definición de la problemática okupa en los medios de comunicación de masas. En R. Adell Argilés y M. Martínez López (Coord.), *¿Dónde están las llaves? El movimiento okupa: prácticas y contextos sociales* (pp. 227-266). Fuencarral (Madrid): Los Libros de la Catarata.
 - ATTON, C. (2002). News cultures and new social movements: radical journalism and the mainstream media. *Journalism Studies*, 3(4), 491-505.
 - BLISSET, L., & BRÜNZELS, S. (2006). *Manual de guerrilla de comunicación*. Barcelona: Virus.
 - CAMMAERTS, B. (2007). Media and communication strategies of glocalized activists: beyond media-centric thinking. En B. Cammaerts y N. Carpentier (Eds.), *Reclaiming the Media. Communication Rights and Democratic Media Roles* (pp. 265-288). European Communication Research & Education Association (ECREA). UK: Intellect Books.
 - CANDÓN MENA, J. I. (2011). *Internet en movimiento: Nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información* [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado en diciembre de 2014 de <http://eprints.ucm.es/12085>
 - CASTELLS, M. (2012). *Networks of outrage and hope. Social movements in the Internet age*. Cambridge: Polity.
 - CONSELL DE LA INFORMACIÓ DE CATALUNYA. *Informe-Memoria Segon Semestre Any 1999-2000*. Expediente 23/1999, pp. 62-101.
 - DELLA PORTA, D., & MOSCA, L. (2005). Global-net for Global Movements? A Network of Networks for a Movement of Movements. *Journal of Public Policy*, 25, 165-190.
 - DOWNING, J. (2001). *Radical media. Rebellious communication and Social Movements*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- _____ (2010). Nanomedios de comunicación: ¿medios de comunicación comunitarios? ¿o de red? ¿o de movimientos sociales? ¿Qué importancia tienen? ¿Y su denominación?. En *Conferencia Medios comunitarios, movimientos sociales y redes, 15 de marzo de 2010*. Barcelona: Cátedra Unesco de Comunicación InCom-UAB. Recuperado en diciembre de 2014 de http://www.portalco-municacion.com/catunesco/download/2010_DOWNING_NANOMEDIOS_DE_COMUNICACION%20DE.pdf

- GITLIN, T. (1980). *The Whole World is Watching. Mass media in the making & unmaking of the new left*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- HADL, G. (2007). Community Media? Alternative Media? Unpacking approaches to media by, for, and of the people. *Papers in International and Global Communication*, 2/07. Leeds: University of Leeds, Centre for International Communications Research. Recuperado en septiembre de 2009 de <http://ics.leeds.ac.uk/papers/cicr/exhibits/45/hadl.pdf>
- LEÓN, O., BURCH, S., & TAMAYO, E. (2005). *Movimientos sociales y comunicación*. Quito: Agencia Latinoamericana de Información. Recuperado en diciembre de 2014 de http://alainet.org/publica/movcom/mov_soc_com.pdf
- MARISTANY, G., & MUSONS, A. (2002). *Del desencant a la contrainformació: la premsa de barris a Barcelona, 1976-2001*. Barcelona: Diputació de Barcelona, Col·legi de Periodistes de Catalunya.
- MARTÍNEZ LÓPEZ, M. (2002). *Okupaciones de viviendas y de centros sociales. Autogestión, contracultura y conflictos urbanos*. Bilbao: Virus.
- MARTÍNEZ LÓPEZ, M., & ADELL ARGILÉS, R. (Coord.) (2004). *¿Dónde están las llaves? El movimiento okupa: prácticas y contextos sociales*. Fuencarral (Madrid): Los Libros de la Catarata.
- MARTÍNEZ LÓPEZ, M., & RAMOS, J. I. (2004). *Nuevos movimientos sociales e internet: noticias sobre okupación en las agencias conformativas*. Recuperado en abril de 2008 de <http://www.monografias.com/trabajos902/nuevos-movimientos-sociales/nuevos-movimientos-sociales.shtml>
- SEMINARIO DE HISTORIA POLÍTICA Y SOCIAL DE LAS OKUPACIONES EN MADRID (2014). *Okupa Madrid. 1985-2011. Memoria, reflexión, debate y autogestión colectiva del conocimiento*. Madrid: Diagonal. Recuperado en noviembre de 2015 de <http://www.okupatutambien.net/wp-content/uploads/2014/09/libro-completo.pdf>
- MOLOTOCH, H., & LESTER, M. (1974). News as purposive behaviour: on the strategic use of routine events, accidents and scandals. *American Sociological Review*, 39, 101-112.
- PASQUINELLI, M. (2002). *Mediactivismo. Estrategias y prácticas de la comunicación independiente. Mapa internacional y manual de uso*. Roma: DeriveApprodi. Recuperado en diciembre de 2014 http://matteopasquinelli.com/docs/Pasquinelli_Media_Activism_cas.pdf

- PRUIJT, H. (2004). Okupar en Europa. En R. Adell Argilés y M. Martínez López (Coord.), *¿Dónde están las llaves? El movimiento okupa: prácticas y contextos sociales* (pp. 35-60). Fuencarral (Madrid): Los Libros de la Catarata.
- RODRÍGUEZ, C. (2004). The Renaissance of Citizens Media. *World Association for Christian Communication*. Recuperado en abril de 2013 de <https://archive.is/zTrQ8>
- ROYO, O., & FERRÉ, I. P. (2005). *Okupa, crónica de una lucha social* [vídeo]. Barcelona: Nous Projectes Audiovisuals.
- RUCHT, D. (2004). The Quadruple A. Media strategies of protest movements since the 1960s. En W. Van de Donk, B. D. Loader, P. G. Nixon y R. Dieter (Eds.), *Cyber protest: new media, citizens and social movements* (pp. 29-56). UK: Routledge.
- SAMPEDRO, V. (2014). Democracias de código abierto y cibermultitudes. En H. Aznar y J. Pérez Llavador (Eds), *De la democracia de masas a la democracia deliberativa* (pp. 163-181). Barcelona: Ariel. Recuperado en noviembre de 2015 de <http://www.ciberdemocracia.net/victorsampedro/wp-content/uploads/2012/12/Democracias-de-código-abierto.pdf>
- TRUJILLO, G. (2006). Cultural y político: el feminismo autónomo en los espacios autogestionados. *Revista de estudios de Juventud*, 75, 61-73. Recuperado en junio de 2015 de http://www.injuve.es/sites/default/files/revista_75_4.pdf
- ZITZÀNIA COLECTIVO (2000). La contrainformación, una alternativa a los medios de comunicación de masas. En Asamblea de Okupas de Terrassa (Comp.), *Okupación, represión y movimientos sociales* (pp. 125-134). Madrid: Diatriba y Traficantes de Sueños.

Anexo

Artículos de prensa citados

- Assemblée d'okupes de Barna (s.f.). Centres Socials Okupats. Per l'Autogestió i contra els desallotjaments. "Liberación de espacios como centros sociales autogestionados", anónimo, pp. 4-5
- Barcelona: los ocupantes de una casa de Gràcia, en libertad (1984, 10 de diciembre). *La Vanguardia*, p. 14. Recuperado de <http://hemeroteca.lavanguardia.es/preview/1984/12/10/pagina-14/32842338/pdf.html>
- Comunicado de la Casa de La Muntanya sobre la manipulación informativa (1999). Recuperado en diciembre de 2014 de <http://www.ainfos.ca/99/nov/ainfos00380.html>
- Corachán, J. (1999, 18 de noviembre). Un grupo okupa lanza un manual de guerrilla en Internet. *El Periódico*, p. 24.
- Interior, prensa ¡Más de los mismo! (1999, noviembre). *Info Usurpa*, 89. Recuperado en diciembre de 2014 de <http://www.ainfos.ca/99/nov/ainfos00306.html>
- Nacen en Barcelona los "ocupa-pisos" (1984, 9 de diciembre). *El Periódico*, p. 1.
- Salut! Aquest és el primer número (1998, junio). *Contra-Infos*, 1.
- Okupas y ocupadores (1999, 14 de diciembre). *ABC*, p. 11.
- Reflexiones y consejos (1999, noviembre). *Info Usurpa*, 87. Recuperado en diciembre de 2014 de <http://www.ainfos.ca/99/nov/ainfos00132.html>
- Salut! Aquest és el primer número (1998, junio). *Contra-Infos*, 1. Recuperado en diciembre de 2014 de <http://www.sindominio.net/zitzania/cat/1998/cat1.txt>
- Suñé, R. (2007, 22 de febrero). Los diez distritos de Barcelona tienen okupas. *La Vanguardia*, sección Vivir Barcelona, p. 7. Recuperado en diciembre de 2014 de <http://hemeroteca.lavanguardia.es/preview/2007/02/22/pagina-7/55675771/pdf.html>
- TVE està subscripta a l'Infousurpa! (1999, noviembre). *Contra-Infos*, 73. Recuperado en diciembre de 2014 de <http://www.sindominio.net/zitzania/cat/1999/cat73.txt>
- Trenquem el silenci! (1999). *Contra-Infos*, 48. Recuperado en diciembre de 2014 de <http://www.sindominio.net/zitzania/cat/1999/cat48.txt>

Webs

A-Infos

<http://www.ainfos.ca/>

Contra-Infos

<http://www.sindominio.net/zitzania/>

Indymedia Barcelona

<http://barcelona.indymedia.org>

Info Usurpa

<http://squat.net/usurpa>

Info Usurpa Praha

<http://praha.squat.net>

Info Usurpa Winnipeg

<http://usurpa.bike-dump.ca/>

La Burxa

<http://laburxa.cat>

UsurpaMadri

<http://usurpamadri.blogspot.com.es/>

Biografía

Helena Domínguez García es licenciada en Ciencias de la Información y Máster en Cooperación Internacional y Voluntariado por la Universidade de Santiago de Compostela (USC). Está integrada en el grupo de investigación Cidacom (Cidadanía e Comunicación) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la USC y forma parte del equipo editorial de la Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD).

Helena Domínguez García

helenadominguezg@gmail.com

Universidade de Santiago de Compostela