

Medios alternativos en pro de la diversidad cultural en el marco de la Unión Europea: el caso de la red Youth4Media

Alternative media for cultural diversity in the framework of the European Union: the case of Youth4Media network

Carmen del Rocío Monedero-Morales, Universidad de Málaga - roi@uma.es

Abstract

This research includes the work that is being done by the international organization Youth4Media. It is about training to European youngsters in the audiovisual field. Always through the prism of cultural diversity. Seminars, camps, awards and the launch of an open TV channel are some of the activities that the network performs in different countries of the European Union and in which the author participated as a trainer and as an assistant.

Through direct observation, interviewing of project managers and the documental review, this article aims to show the importance of this type of non-formal educational activities for building a tolerant Europe and proactive citizenship that identifies with the values of continental union.

Keywords

Cultural diversity, citizen participation, prosumer, audiovisual.

Resumen

El presente trabajo de investigación recoge la labor que viene realizando la organización internacional Youth4Media en cuanto a la formación de jóvenes europeos en el terreno audiovisual bajo el prisma de la diversidad cultural. Seminarios, campamentos, galardones y la puesta en marcha de una televisión en abierto son algunas de las actividades que la red lleva a cabo en distintos países de la Unión Europea y en las que la autora ha participado como asistente.

Mediante la observación directa, la entrevista a los responsables del proyecto y la revisión documental, este artículo pretende evidenciar la importancia de este tipo de acciones educativas no formales para la construcción de una Europa tolerante y con una ciudadanía proactiva que se identifique con los valores de la unión continental.

Palabras clave

Diversidad cultural, participación ciudadana, prosumidor, audiovisual.

Sumario

1. Introducción. 2. La diversidad cultural como base de la nueva civilización. 3. Jóvenes prosumidores de la Unión Europea: el programa *Youth in Action*. 4. La diversidad cultural organizada en red: Youth4Media. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía.

1. Introducción

En un mundo global, con un mercado de trabajo fluctuante y una desigualdad entre países bastante evidente, los movimientos migratorios forman parte de la esencia de muchas naciones europeas. Algunas de ellas, son desde hace años países receptores de trabajadores foráneos, otras como las situadas en el Sur de Europa, a consecuencia de la crisis económica, han pasado de esa posición a ser emisoras de mano de obra para el resto del continente.

Por tanto, forma parte de la normalidad, sobre todo en las grandes urbes, encontrar una sociedad diversa en cuanto a composición étnica, lingüística y religiosa. Aunque no en todos los casos se da una completa integración, si entendemos ésta como aceptación y no como aculturación. Prueba de ello son los disturbios que han tenido lugar en varias ocasiones en los suburbios parisinos entre la policía francesa y jóvenes mayoritariamente musulmanes; los saqueos que tomaron Londres como represalia a la muerte del joven de raza negra, Mark Duggan, a manos de la policía; o el auge de partidos ultraderechistas como El Frente Nacional de Marine Le Pen en Francia, el Partido de la Libertad en Austria; los Verdaderos Finlandeses en Finlandia o Amanecer Dorado en Grecia, por señalar solo algunos de ellos.

Si nos centramos en el ámbito de los medios de comunicación hacemos nuestras las palabras de Affaya en las que advierte que difundir es más que un mero acto de transmisión, “se trata de la voluntad de producción de un efecto y de una interacción, así como de condensar los relatos de una cultura y de una sociedad”. (Affaya, 2008, 6).

Recorriendo la tradición mediática europea, observamos que el servicio público asumió la responsabilidad de ampliar la participación pública de los ciudadanos y de garantizar la objetividad, la independencia y la honestidad de la información, en consonancia con la diversidad de tendencias culturales y sociales que se manifestaban de forma creciente en las sociedades modernas industriales cada vez más plurales y complejas (Blumler, 1992).

Pero la evolución política y social del continente ha terminado por poner en evidencia la validez del modelo. Como denuncia Murciano, la libertad de expresión y el pluralismo informativo no son una realidad homogénea puesto que “son sobre todo una aspiración democrática permanente y cambiante, debido entre otros factores a las tendencias comerciales crecientes; y al crecimiento oligopólico de estos sectores industriales así como también al afán intervencionista de los gobiernos y a la progresiva y constante penetración de los intereses financieros en el sector de los medios” (Murciano, 2004, 378-379).

Quizás por ello, y por el convencimiento de que una correcta formación de los jóvenes europeos supondrá un clima de mayor tolerancia y participación en el futuro, la Unión Europea viene incentivando una serie de acciones dirigidas a la promoción de la diversidad cultural. El programa *Youth in Action* desarrolla el aprendizaje intercultural juvenil facilitando actividades conjuntas de jóvenes de diferentes entornos culturales, étnicos y religiosos. La asociación *Youth4Media Network* viene siendo desde hace años una de las grandes beneficiarias de las subvenciones del programa *Youth in Action*. Esta red cuenta con una televisión abierta que emite contenidos que ponen en valor la riqueza cultural del continente, además concede galardones y promueve todo tipo de actividades mediáticas con este fin.

2. La diversidad cultural como base de la nueva civilización

El reconocimiento de la diversidad cultural ha encontrado un precedente internacional importante en la Declaración Universal de la UNESCO. La institución reunida en París en su Conferencia General tras los atentados del 11 de septiembre de Nueva York, decidió impulsar una nueva declaración internacional en materia cultural, para contrarrestar teorías relacionadas con el choque entre las culturas y civilizaciones del mundo, que tenían un eco creciente desde mediados de los años noventa (Huntington, 1997).

Así, la cultura se define como “el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias” (UNESCO, 2002).

De acuerdo con el marco conceptual publicado por el Movimiento Nacional por la Diversidad Cultural de México, no es lo mismo hablar de diferencia que de diversidad cultural. Si hacemos referencia a la diferencia, tenemos un punto obligado de referencia. “Somos diferentes en algo específico, cuando se usa el concepto de diversidad, por el contrario, cada persona, cada grupo, cada comunidad necesita hablar de lo que es, de sus haberes, sus recursos, sus historias y proyectos, en suma, de su identidad. Porque lo diverso se define en relación consigo mismo y en relación con los otros, con los diferentes”¹.

La Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural, sustentada sobre la Declaración Universal de los Derechos Humanos surge ante la necesidad de dar a conocer, proteger y difundir las diferentes realidades culturales que existen a lo largo y ancho del mundo. En ella se da tal importancia al concepto de diversidad cultural que se equipara al de diversidad biológica, destacando que si la segunda es importantísima para la biosfera, ésta lo es para la humanidad, elevándola así a la categoría de Patrimonio de la Humanidad.

Dentro de la Declaración es destacable la relación que se establece entre la diversidad cultural y los medios de comunicación, ya que el acceso a los mismos por parte de las minorías culturales debe estar garantizado. Sus contenidos deben alcanzar a su arte, su lengua, su ciencia, su forma de expresarse, etc. Los motivos son variados: por un lado, encontramos la consideración de la diversidad cultural como un bien útil para la humanidad, para su desarrollo y para su crecimiento (artículos 1 y 3), y en este sentido, debe permitirse la publicidad de la misma; por otro lado, la aparición de esas culturas en los medios puede servir para su respeto y tolerancia; y por último, por la simple conveniencia de que quienes creen en determinados valores o formas de ver el mundo puedan expresarlo de acuerdo a los Derechos Humanos relativos a la expresión y ejercicio de ideas (UNESCO, 2002).

¹ <http://www.diversidadcultural.mx/index.php/es/>

El documento incluye un anexo relativo al plan de acción en lo que se refiere a los medios de comunicación, en especial a su punto doce, se insta a “estimular” la difusión de contenido multicultural en los medios. No se contenta con que ningún gobierno deje fuera de los medios a las culturas minoritarias, sino que parece que insta a que el contenido multicultural, además, se incentive. Busca conductas activas tendentes a promover, y no solo conductas permisivas.

3. Jóvenes prosumidores de la Unión Europea: el programa *Youth in Action*

Fue el canadiense Jean Cloutier quien en 1973 enuncia su teoría del emirec (emisor receptor). Años más tarde, en 1980, de la mano de Alvin Toffler se habla del prosumidor (productor y consumidor), un concepto surgido una década antes para hacer referencia al campo de la agricultura y la economía y que acabaría extendiéndose al campo de la comunicación.

Este paradigma logra modificar la direccionalidad tradicional de la transmisión de informaciones (vertical, unidireccional y de uno a todos) para horizontalizarla (García, 2014, 3).

En este modelo los papeles se intercambian de manera continua, como ocurre en la vida cotidiana. En definitiva, se basa en un planteamiento horizontal y democrático. Un mismo individuo participa a la vez como emisor y receptor dentro del proceso comunicativo. Sánchez y Contreras alertan sobre las limitaciones que los niños encuentran en su rol como prosumidores ya que no cuentan con la edad apta para desenvolverse en el ciberespacio con suficiente criterio y por la escasa preparación que tienen en el sistema escolar y familiar para formarse a la par como productores y consumidores. Por ello son más consumidores que productores aunque esa deficiencia “se cubre con el velo de que son nativos digitales” (Sánchez y Contreras, 70).

Según las autoras “La generación actual, entre cuyas características está ser multitarea, tener a su disposición una inmensa cantidad de información y estar hiperconectada, está siendo vista por los expertos como un nicho que necesita urgentemente recibir formación reglamentada en relación con los medios” (Sánchez y Contreras, 71).

La Declaración de Grünwald (1982, 286) propone que esa formación debería abarcar desde el análisis del contenido de los medios de comunicación hasta la utilización de los canales de comunicación disponibles. Desde entonces se han sucedido numerosas declaraciones institucionales por parte de organismos como la UNESCO o la Unión Europea poniendo en relieve la necesidad de formar una ciudadanía crítica, activa y comprometida con su entorno que se valga de los medios de comunicación, o lo que es lo mismo, alfabetizada mediáticamente.

El programa *Youth in Action* (Juventud en Acción) fue puesto en marcha por la Comisión Europea con un presupuesto de 885 millones de euros. La primera edición se dio durante el periodo 2007-2013, siguiendo la estela de su predecesor Youth Programme (periodo 2000-2006). El programa concibe actividades de aprendizaje no formal e informal articuladas en torno a 5 acciones abiertas a la participación de jóvenes con edades comprendidas entre los 13 y 30 años y de quienes trabajan en el ámbito de la juventud. Durante la edición 2007-2013 sus responsables estiman haber dado apoyo a ocho mil proyectos que han alcanzado a 150.000 jóvenes y técnicos en juventud cada año. A partir del año 2013 el proyecto se cerró y en la actualidad las actividades que se emprendieron continúan activas bajo el paraguas del nuevo programa europeo Erasmus+². Los objetivos perseguidos por *Youth in Action* son los siguientes³:

- Promover la ciudadanía activa de los jóvenes, en línea con las nuevas competencias atribuidas por el Tratado de Lisboa a la Unión Europea.
- Potenciar la solidaridad y promover la tolerancia de los jóvenes a fin de reforzar la cohesión social de la Unión Europea.
- Favorecer el entendimiento mutuo entre jóvenes de países diferentes.
- Reforzar las capacidades de las organizaciones de la sociedad civil en el ámbito de la juventud.
- Favorecer la cooperación europea en el ámbito de la juventud (2010-2018).

Entre las prioridades permanentes establecidas para todo el período del programa *Youth in Action* destaca la promoción de la diversidad cultural: desarrollar el aprendizaje intercultural de los jóvenes facilitando actividades conjuntas de jóvenes de diferentes entornos culturales, étnicos y religiosos.

4. La diversidad cultural organizada en red: Youth4Media

Youth4Media Network es una asociación europea compuesta por 46 organizaciones pertenecientes a 31 países que trabajan en red⁴. Se trata de instituciones juveniles, radios, televisiones, centros culturales y otro tipo de medios que persiguen convertirse en plataformas para la comunicación y el empoderamiento ciudadano. El trabajo conjunto de ellas trata de promover el diálogo político e intercultural a través de los medios comunitarios y la sociedad civil.

La asociación Youth4Media Network viene siendo desde hace años una de las grandes beneficiarias de las subvenciones del programa Youth in Action. Dentro de las modalidades de acciones previstas por el programa Youth4Media viene desarrollando dos tipos:

- El Servicio Voluntario Europeo (EVS en inglés) que fomenta la participación de los jóvenes en distintas formas de actividades de

² http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/index_en.htm

³ http://ec.europa.eu/youth/tools/youth-in-action_en.htm

⁴ Las organizaciones proceden de Armenia, Bielorrusia, Bulgaria, Croacia, Chipre, República Checa, Dinamarca, Inglaterra, Finlandia, Georgia, Alemania, Grecia, Hungría, Israel, Italia, Jordania, Kosovo, Letonia, Lituania, Macedonia, Malta, Noruega, Polonia, Rumania, Eslovenia, Serbia, España, Suecia, Túnez, Turquía y Ucrania.

voluntariado. Dirigida a individuos de entre 18-30 años que participen colectiva o individualmente en actividades no lucrativas y no remuneradas en un país distinto a su país de residencia.

- La cooperación con países vecinos asociados de la Unión Europea: apoya proyectos con países socios vecinos, principalmente intercambios de jóvenes, formación y proyectos de conexión en red en el ámbito de la juventud. Las limitaciones de edad están en función del tipo de proyecto que se presente.

El principal objetivo de esta asociación cuya sede está en Bürgerhaus Bennohaus (Münster, Alemania) es el fortalecimiento, apoyo y desarrollo de la sociedad civil europea, a través de la creación de redes de participación intercultural y de la promoción del trabajo de los medios ciudadanos europeos e internacionales.

Las principales áreas de especialización de Youth4Media abarcadas tanto en proyectos formativos (de educación no formal) locales como en europeos son:

- Educación en política y medios de comunicación: las nuevas tecnologías de la información ofrecen atractivos medios de comunicación que se utilizan de forma efectiva en el proceso de aprendizaje intercultural y educación política. Los jóvenes investigan temas políticos, culturales, sociales en los debates públicos con políticos y expertos. Estos debates se difunden en directo a través de internet en www.youth4media.com lo que permite alcanzar un público amplio en Europa. En las obras audiovisuales se discuten y se presentan una variedad de temas abordados desde diferentes puntos de vista nacionales, promoviendo así el diálogo intercultural y el intercambio de opiniones entre los jóvenes.
- Cursos para formadores en medios: la asociación viene desarrollando conceptos pedagógicos innovadores para la educación y la capacitación en el campo de los medios y de las TICs. Los participantes pueden convertirse en prosumidores en reporteros de web-TVs e incluso formadores en medios. En este módulo de formación de formadores se adquieren conocimientos sobre metodologías para la enseñanza de habilidades de comunicación para niños, jóvenes, trabajadores sociales, trabajadores de los medios de la comunidad, líderes de organizaciones no gubernamentales, los migrantes y las personas mayores.
- Proyectos de diálogo intercultural: los eventos locales y europeos son retransmitidos por la web de la televisión para toda Europa. Youth4media.com es independiente del Estado y difunde productos creados por jóvenes de la red. Ofrece información sobre los nuevos estados miembros, películas relacionadas con la UE, películas sobre cuestiones de lucha contra la discriminación, la tolerancia y la comprensión en Europa. El servicio de WebTV permite difundir y transmitir debates públicos en vivo, conferencias y eventos culturales de todo el continente. Los programas disponibles en la web-TV promueven los valores democráticos, la comprensión intercultural, aumentan la conciencia entre los ciudadanos de la UE (especialmente de los jóvenes) de la importancia del diálogo intercultural en su día a día.
- La formación y el intercambio de expertos en el trabajo mediático de la juventud: los conceptos mediáticos y pedagógicos son puestos en práctica durante los entrenamientos regulares y los seminarios. Estos seminarios ofrecen nuevas competencias profesionales y mediáticas para el trabajo diario de los participantes y para los voluntarios, con especial énfasis en sus labores con jóvenes desfavorecidos. Los participantes aprenden a desarrollar y presentar temas políticos e interculturales a los jóvenes en sus respectivas comunidades.
- Conciencia europea, la promoción del desarrollo de los medios comunitarios en Europa: las asociaciones miembros de la red pertenecen a los puntos de servicio Eurodesk y Europe Direct. Ofrecen información importante acerca del Programa Juventud en Acción al que pertenecen, así como de otros programas europeos. Miembros de la Red abogan fuertemente por la creación y el desarrollo de los medios comunitarios en Europa mediante la celebración de conferencias y el establecimiento de redes de multiplicadores de los medios de comunicación y jóvenes reporteros a nivel europeo.
- La cooperación internacional juvenil: la apoya la movilidad de los jóvenes mediante la organización de campamentos internacionales de medios de comunicación para jóvenes. Guiados por formadores, los jóvenes aprenden cómo producir reportajes televisivos, crear cortometrajes, componer música, y ejecutar emisiones de TV en directo. "Hands-on media work" (Manos a la obra en el trabajo con los medios) es una posibilidad para que los jóvenes se expresen de una manera creativa, para presentar su propio mundo, para reflejar la realidad y articular sus propios intereses. Los productos son ampliamente difundidos a través de Internet (www.youth4media.com) y a través de los canales abiertos de televisión en Europa.

Youth4Media organiza cursos sobre medios de 8 días de duración en distintos países de la Unión Europea gracias a las distintas organizaciones nacionales que forman parte de su red. En estos cursos se produce material audiovisual que posteriormente es colgado en youtube y en la web de Bennohaus TV. Además, a través de artículos de corte periodístico, se realiza un diario de lo que sucede en ellos, el making off, que puntualmente es actualizado en la web y en Facebook.

El primer proyecto formativo y mediático tuvo lugar en el año 2009 en Nowy Sącz (Polonia), a partir de entonces se han llevado a cabo otras 26 experiencias en distintos países, siempre relacionadas con el campo de los medios y la juventud⁵. Entre ellas destaca la puesta en marcha de Youth in Action TV. Se trata de una iniciativa juvenil informativa que realiza la promoción del programa análogo. Para ello se ha constituido una red de periodistas jóvenes en Europa, se han creado revistas internacionales, web-TVs⁶ y se ha lanzado una campaña de información sobre el programa. Cerca de 120 jóvenes completaron seminarios intensivos de capacitación en medios, video periodismo y periodismo crossmedia. Uno de los resultados más visibles fue la presentación de campañas promocionales en grandes ciudades de Francia, Alemania, Polonia, Letonia y Turquía y posteriormente en Orleans, Münster, Lublin, Riga y Estambul. En dichas campañas se trató

⁵ <http://www.youth4med.com/?cat=11>

⁶ www.europeanweb.tv y www.owtv.de

de concienciar a los jóvenes que residen en la UE de la importancia del programa Youth in Action.

Dos son las organizaciones españolas que forman parte de la red Youth4Media: por un lado, el Instituto de Educación Secundaria Puerta Bonita (Madrid), un centro para la formación audiovisual y gráfica (de grado medio y superior), cuyo titular es la Comunidad de Madrid; por otro, la asociación Iniciativa Internacional Joven⁷ (Málaga), que pretende favorecer la integración y desarrollo de los jóvenes en los planos formativos, laboral, lingüístico e intercultural; facilitar y motivar la participación activa de los jóvenes tanto en programas locales como europeos y actividades de carácter internacional y realizar acciones que mejoren la convivencia e integración de personas de diferentes procedencias, raza y religión.

Team Up for Youth es la última actividad sobre diversidad cultural llevada a cabo por Youth4Media en Bürgerhaus Bennohaus y se ha desarrollado entre el 29 de noviembre y el 7 de diciembre de 2014. 24 participantes procedentes de Alemania, Polonia, España, Dinamarca, Rumanía y Reino Unido, fueron divididos en cuatro grupos adscritos a dos módulos de especialización. Todos ellos trabajaron mano a mano con otros jóvenes de Italia, Chipre, Grecia y Armenia que estaban invitados por otro proyecto de la red.

El primer módulo estuvo focalizado en el videoperiodismo y en la adquisición de habilidades sobre cámaras, sonido, iluminación, edición, etc. El segundo módulo se orientó más hacia la formación de formadores, dotando a los asistentes de herramientas pedagógicas para una correcta transmisión de sus conocimientos sobre los medios.

Todos los grupos crearon un producto audiovisual (cortometrajes, reportajes e incluso un making off) sobre el tópico de la diversidad cultural que fueron proyectados el último día del encuentro. Además de ello, se contó con la presencia de una experta en producción audiovisual, la inglesa Dionne Walker quien presentó su documental Down by Law relativo al asesinato de Mark Duggan, un joven de origen africano que fue tiroteado por la policía londinense y cuya muerte ocasionó una oleada de protestas y disturbios en 2011. Los dos nuevos encuentros previstos para Team Up tendrán lugar a lo largo de 2015 en Lublin (Polonia) y en Bürgerhaus Bennohaus.

Bürgerhaus Bennohaus⁸ es un medio comunitario alemán que posee una radio, un canal de televisión abierto que emite a través de la red, además de a través de la emisora local de televisión convencional NRWision. Está compuesto por varios departamentos:

- El pedagógico (PR): en él se trabaja en educación en medios con niños y en él participan unas 20 personas entre colaboradores y trabajadores. Durante un mes los menores reciben conocimientos teóricos y en los cinco siguientes meses trabajan en la televisión, produciendo programas.
- El de programación (OWTV) que sigue varias líneas maestras y produce una serie de magazines. El más destacable es diverCity que se actualiza dos veces al mes. Se hace en dos idiomas, inglés y alemán, suele tratar tópicos internacionales.
- Studio B, el estudio de la radio comunitaria en Bennohaus, es un lugar para la radio y medios de aprendizaje. El objetivo es ofrecer a los ciudadanos la oportunidad de comentar sobre los medios de comunicación y de aprender habilidades y competencias para la producción de radio. Los puntos focales son las tres áreas de la radio comunitaria, la formación y capacitación en el campo de la radio y el aprendizaje mediado por los medios de comunicación en los proyectos escolares.

5. Conclusiones

En la compleja y cambiante sociedad actual las diferentes culturas están obligadas a entenderse, a mantener una coexistencia pacífica y colaborativa en pro del progreso y de la construcción de una civilización superior a las precedentes. La Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) constituyen una herramienta esencial para la consecución de este objetivo pero para ello es imprescindible una alfabetización mediática de las generaciones venideras. También la promoción de valores como la tolerancia y la curiosidad por la diversidad, el hecho de que encuentren en las diferencias un valor añadido para acercarse a otras culturas y formas de concebir el mundo, desterrando los sentimientos de amenaza, enriquecerá el discurso de los medios comunitarios.

Distintas instituciones internacionales llevan año promoviendo tanto la alfabetización mediática como la defensa de la diversidad cultural. En este sentido el trabajo realizado por la red Youth4Media es de gran utilidad ya que ha sido capaz de combinar una estructura mediática local con una vocación de cooperación internacional. El resultado son continuas actividades que congregan a jóvenes de diferentes nacionalidades en torno al aprendizaje de las rutinas básicas de los medios de comunicación audiovisuales con el objetivo de convertirlos en prosumidores, en multiplicadores de valores de tolerancia y respeto en sus respectivas comunidades de origen.

Como acertadamente señala Sorrentino producir y difundir contenido no equivale a informar. El periodismo ciudadano no debe suponer una amenaza para el periodismo profesional sino más bien un complemento y una continua llamada de atención para recordar que en ocasiones los medios están más cerca de las instituciones que de la ciudadanía. "El advenimiento del periodismo ciudadano debe entenderse como una oportunidad para reforzar el modelo profesional, para dignificarse y reivindicar sus funciones como filtro informativo de calidad y principal dinamizador del debate democrático" (Sorrentino, 2013, 21).

De momento este tipo de acciones se están realizando por programas de educación no formal como Youth in Action (actualmente convertido en Erasmus+) pero el sistema educativo reglado, desde la escuela hasta la Universidad no debe dejar pasar más tiempo sin apoyar y fortalecer la conciencia política, el diálogo intercultural y la comunicación de los jóvenes, la tolerancia y la protección del medio

⁷ <http://www.aiij.org/>

⁸ <http://www.bennohaus.info/>

ambiente. Para ello se deben desarrollar métodos didácticos que conviertan a los jóvenes en prosumidores en el campo de trabajo de los medios ciudadanos.

6. Bibliografía

- AFFAYA, N. (2008). Las paradojas de los fuera-límites de la diversidad a la adversidad. *Revista CIDOB d'afers internacionals*.
- BLUMLER, J. (1992). *Televisión e interés público*. Barcelona: Bosch.
- GARCÍA, D. (2014). *Sociedad emirec 2.0. Periodismo ciudadano*. UNED.
- HUNTINGTON, S. (1997). *El choque de civilizaciones*. Barcelona: Paidós.
- RASSE, P. (2006). *La rencontre des mondes, diversité culturelle et communications*. París: Ed. AmandColin.
- MARTÍNEZ-SALANOVA, E. (2009). Medios de comunicación y encuentro de culturas: propuesta para la convivencia. *Comunicar*, N° 32, XVI.
- MIGUEL DE BUSTOS, J. (2004). Sobre pluralismo y diversidad. *Zer Revista de Estudios de Comunicación*, N°16.
- MURCIANO, M. (2004). Poder económico e influencia social: los retos de la concentración mediática para la democracia. *Doxa*. N°2.
- MURCIANO, M (2002). Las políticas de comunicación ante los retos del nuevo milenio: Pluralismo, diversidad cultural, desarrollo económico y tecnológico y bienestar social. *Zer Revista de Estudios de Comunicación*, N° 20.
- SORRENTINO, C. (2013). El equívoco del periodismo ciudadano. Cómo las nuevas formas de consumo de la información están redefiniendo el periodismo. *adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en comunicación* N° 6. *Periodismo y democracia en el entorno digital*. <http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/134>
- UNESCO (2002): *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural*. http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- Sánchez, J. y Contreras, P. (2012): De cara al prosumidor. *Revista ICONO* 14, Vol.10, N°.3, file:///C:/Users/Usuario/Downloads/210-2313-1-PB.pdf
- Toffler Alvin explica qué es un prosumidor. http://www.youtube.com/watch?v=ZkNJ0jsNU6E&feature=results_main&playnext=1&list=PL98896ECBC00BD730
- VV.AA. (1982). *Declaración de Grünwald sobre la educación relativa a los medios de comunicación* http://www.unesco.org/education/nfsunesco/pdf/MEDIA_S.PDF

Cómo citar este artículo en bibliografías – How to cite this article in bibliographies / references:

MONEDERO-MORALES, C. (2015): "Medios alternativos en pro de la diversidad cultural en el marco de la Unión Europea: el caso de la red Youth4Media". *En Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 2, pp. 26-31.