



Los medios de comunicación comunitarios como espacios de educación no formal para los/las jóvenes

Isabel Lema-Blanco
Universidade da Coruña

Resumen

Este estudio presenta una revisión teórica sobre el rol de los medios comunitarios - definidos como instrumentos de democratización, capacitación social y aprendizaje social- en los procesos de alfabetización mediática. Seguidamente, se avanzan los resultados del estudio de investigación “*los jóvenes en el tercer sector de la comunicación en España*” que analiza la participación y el aprendizaje generado percibido por los jóvenes en los medios libres y comunitarios del Estado. Los resultados muestran que los medios comunitarios pueden convertirse en auténticas herramientas de capacitación mediática, facilitando la adquisición de habilidades y conocimientos transferibles a la esfera profesional y favoreciendo el “empoderamiento” individual y colectivo.

Palabras clave: alfabetización mediática, aprendizaje permanente, educación no formal, medios comunitarios, aprendizaje social.

Los medios comunitarios como instrumentos de democratización y empoderamiento social

Las radios y televisiones comunitarias son actores privados que cumplen una finalidad social y están mayoritariamente gestionadas por organizaciones sociales sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales, que no realizan proselitismo religioso, ni son de propiedad o están controlados o vinculados a partidos políticos o empresas comerciales (AMARC, 2010; García García, 2013).

El Tercer Sector de la Comunicación se define, especialmente, por estar abierto a la participación ciudadana y profundizar ideales como los derechos humanos, la democracia y el cambio social. Dicha finalidad social y cultural ha sido reconocida por organismos internacionales como la ONU (La Rue, 2010), el Parlamento Europeo (2008) o el Consejo de Europa (2009), que han alabado en diferentes documentos institucionales la labor de los medios comunitarios a la hora de satisfacer las necesidades de comunicación y habilitar el ejercicio del derecho a la información y libertad de expresión de los integrantes de sus comunidades.

No obstante, tal y como apuntó el comunicador y educador Mario Kaplún, dicha “democratización de la comunicación” tiene dos requisitos previos: exige la capacitación de los sectores populares para estar en condiciones de emitir mensajes y operar en medios; y, seguidamente, la capacitación pasa por un necesario proceso de desmitificación de los medios mismos. Kaplún (1983:43) reconoce que “los medios de base están desempeñando la función de una “gran escuela popular de comunicación”, donde los colectivos sociales se liberan de la dependencia y sujeción a los medios, aprendiendo a manejarlos, comprenderlos, a dominarlos”. En los medios comunitarios el objeto tradicional de educación social, el pueblo, se transforma en agente y sujeto activo de su propio destino, de acuerdo a su capacidad de generar lenguaje, conocimiento y acción (Barranquero y Sáez, 2012).

Kaplún y otros edu-comunicadores latinoamericanos bebieron del trabajo del pedagogo Paulo Freire, tal y como lo hicieron de Antonio Gramsci los comunicadores de los medios libres y alternativos europeos (Barranquero y Sáez, 2012). La pedagogía liberadora de Freire, asociada a la construcción de conciencia política a partir de los procesos educativos, continúa siendo actualmente uno de los pilares de las radios comunitarias latinoamericanas a la hora de diseñar sus propuestas educativas, comprendidas principalmente como herramientas de empoderamiento ciudadano y transformación social (“medios de comunicación para el cambio social”) en los que surgen procesos educativos horizontales donde quienes disponen de los saberes convencionales tradicionales y quienes poseen otros saberes tácitos o no convencionales co-participan en la generación conjunta del conocimiento.

Los medios comunitarios como espacios de alfabetización mediática y aprendizaje social

Organizaciones como la UNESCO han señalado la alfabetización mediática como uno de los requisitos más importantes para fomentar el acceso equitativo a la información y el conocimiento y para promover unos medios de comunicación independientes y pluralistas. La alfabetización mediática –entendida como un

aprendizaje en y con los medios de comunicación–proporciona a las personas las habilidades y destrezas para la recepción crítica, evaluación y uso de la información en sus vidas. Los medios comunitarios (principalmente radios y televisiones de ámbito local) vienen realizando tradicionalmente esta función educadora a través de la generación de espacios de comunicación alternativos y críticos, en los que el aprendizaje se realiza a través de procesos de transferencia (“peer-to-peer”) de un conocimiento principalmente práctico (“learning–by-doing”) y a partir de la sistematización de sus experiencias e intercambio de saberes a través de redes nacionales e internacionales. Tanto en latinoamérica como en Europa, dichas redes han permitido la construcción paulatina de propuestas pedagógicas que han llegado a convertirse en estrategias educativas, motivadas por el deseo de desarrollar nuevas capacidades, ejercer el derecho a la comunicación (en el sentido político de la comunicación alternativa) construyendo discursos alternativos a la hegemonía mediática (Kevjal, 2006: 12-14).

Los procesos de aprendizaje emergen de diferentes espacios formales e informales (la práctica cotidiana), internos y externos al propio medio, donde se pone de relevancia las relaciones interpersonales entre los miembros de una misma comunidad. Asimismo, la celebración de talleres y seminarios o encuentros (a escala nacional o internacional) entre diversos medios, ha dado origen a ricos intercambios de reflexiones y prácticas, transformándolas en nuevos conocimientos, favoreciendo así la evolución e innovación del movimiento de medios comunitarios. La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y UNESCO han desempeñado un papel clave en la transferencia de conocimiento y sistematización de buenas prácticas en los medios comunitarios, también en cuanto a la capacitación radiofónica, estableciendo los conocimientos teóricos y las habilidades requeridas para el desempeño de la práctica radiofónica y que se ha desarrollado a través de proyectos educativos en numerosos países en vías de desarrollo del continente africano, Asia, o Latinoamérica (Fraser & Restrepo, 2001:71-74) donde las radios comunitarias se han convertido en las primeras (a veces únicas) fuentes de información y educación de las poblaciones locales.

En el ámbito europeo, las radios comunitarias se han preocupado por evaluar el impacto social y el efecto potenciador que tiene la participación de jóvenes y adultos en el medio. Un estudio elaborado por Lewis (2008) y presentado ante el Consejo de Europa (2009), pone de relevancia el rol de los medios comunitarios en la promoción de la cohesión social y el aprendizaje permanente de la ciudadanía (“long-lasting learning”). Las radios comunitarias favorecen la adquisición de habilidades que pueden aumentar la empleabilidad de los voluntarios gracias al desarrollo de habilidades digitales

y competencias interpersonales, interculturales, sociales y cívicas, el aumento de la autoestima y la percepción de la autoeficacia a través de la participación activa en proyectos comunitarios. Así mismo, se consolidan como herramientas sociales de alfabetización mediática, pues *“el trabajo en los medios comunitarios eleva el nivel de conciencia de la situación y el poder de los medios de comunicación en la sociedad y al mismo tiempo proporciona habilidades en la expresión creativa a través de los medios de comunicación”* (Lewis, 2008:24-25).

En el Estado español existen alrededor de 300 medios libres o comunitarios que cuentan con una arraigada tradición –desde la etapa de la transición– en comunidades como Madrid, Euskadi, Cataluña o Andalucía. Dichos medios alternativos, de alcance principalmente local, han logrado organizarse y modernizarse gracias a las tecnologías de la comunicación y las redes sociales. La Red de Medios Comunitarios (ReMC), que engloba a más de cuarenta proyectos del Tercer Sector, se ha convertido –desde su creación en el año 2005– en un espacio de coordinación y participación horizontal, igualitaria y activa, una red de intercambio de experiencias que ha permitido el empoderamiento de las personas y colectivos partícipes de la ReMC. La celebración de encuentros, jornadas y la concurrencia en proyectos educativos de ámbito europeo (Leonardo, Grundtvig) ha favorecido el intercambio de experiencias, el aprendizaje colectivo de sus miembros y la “retroalimentación social” (Lema Blanco, 2014). Sin embargo, dichos procesos de aprendizaje no se han sistematizado o plasmado en contenido científico o divulgativo, salvo significadas excepciones como las experiencias radiofónicas impulsadas por colectivos de personas con problemas de salud mental en los que la participación en un medio de comunicación comunitario ha demostrado ser una herramienta de empoderamiento personal y colectivo: *“generándose un papel activo del propio usuario al realizar una actividad que le permite poder luchar él mismo contra el estigma social mediante un programa en una emisora de barrio”* (García y Meda, 2012: 3).

Este artículo avanza los objetivos y resultados preliminares del proyecto de investigación *“Los jóvenes y el tercer sector de la comunicación en España”* (<http://jovenesytercersector.com>), realizado por investigadores de diez universidades del Estado y que trata de ahondar en el conocimiento de las dinámicas de funcionamiento y procesos de aprendizaje desarrollados en el tercer sector de la comunicación. El estudio realiza un mapeo de la presencia del tercer sector de la comunicación en doce comunidades autónomas (incluidas Canarias y Baleares) con el objetivo de estudiar (a) el grado de participación de los jóvenes en los medios comunitarios (b) los procesos formativos formales y no formales desarrollados (c) los

conocimientos, actitudes y habilidades adquiridas a través de su participación en dichas iniciativas socias (d), el aprendizaje emergente de las interacciones entre los voluntarios y la comunidad local. Asimismo, el proyecto recogerá una base de datos sobre las características diferenciadoras de los medios comunitarios (tipo de organización, denominación, redes a las que pertenecen, actividades desarrolladas) y se complementa con una selección de experiencias comunitarias consideradas “*buenas prácticas*” en el ámbito del tercer sector de la comunicación.

Metodología

El estudio combina métodos de investigación cuantitativo y cualitativo, a través del diseño de un cuestionario online (distribuido a través de correo electrónico) entre febrero y mayo de 2015 y que fue cumplimentado por 54 representantes del tercer sector de la comunicación (N=268) de todo el Estado (radios=38; TV=4; medios digitales=12). Los resultados fueron analizados utilizando LibreCalc y el software estadístico SPSS. Como método cualitativo de análisis se seleccionó la técnica de *focus group* (Krueger & Caiser, 2000), una entrevista grupal, facilitada por el investigador, que indagó en las motivaciones, experiencias y aprendizajes percibidos de los y las jóvenes en las radios comunitarias. Un total de 28 jóvenes (20-35 años) participaron en los 4 grupos de discusión celebrados (Sevilla, Madrid, Vitoria y Barcelona). Los *focus group* fueron grabados en audio y vídeo, y transcritos posteriormente. Los datos fueron analizados manualmente siguiendo un método de codificación descriptiva, categorización (Miles & Huberman, 1994) y búsqueda de consensos/disensos entre los cuatro grupos focales. El trabajo se complementa con una revisión documental de aquella información y material elaborado por una muestra de medios comunitarios.

Resultados

Estrategias de formación de los medios comunitarios.

El análisis de los resultados del estudio muestra, en primer lugar, que la mayoría de los medios comunitarios desarrollan procesos de formación mediática dirigida a: a) nuevos miembros/voluntarios, denominada “formación inicial”; b) socios o voluntarios ya “veteranos” y que podemos identificar como “formación especializada o de reciclaje”; y c) a personas externas al colectivo, en virtud de convenios de colaboración con entidades externas (administraciones públicas, centros educativos, ONGs) que permiten a los jóvenes realizar “prácticas formativas”, “actividades educativas” o “de inserción socio-laboral” en el medio de comunicación (es el caso de un 38,8% de los medios encuestados).

El 79,6 % de los medios encuestados (n=54) reconoce ofertar algún tipo de formación inicial (42%) o continua

(38%) a sus personas voluntarias o asociadas. La formación más habitual está relacionada con las habilidades comunicativas (o radiofónicas): producción y elaboración de contenidos (ofertada por el 38% de los medios) y destrezas técnicas: manejo de mesa de mezclas, realización, edición, informática/software (ofertada por el 42% de la muestra).

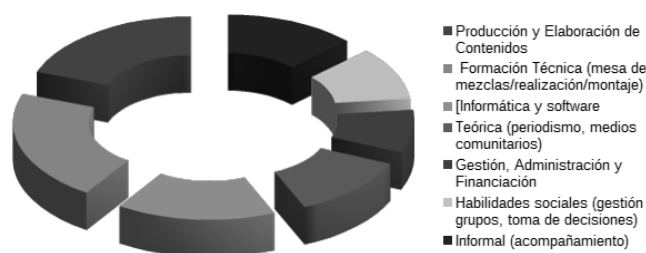


Figura 1. Formación ofertada en medios comunitarios

Son frecuentes, asimismo, los procesos de “acompañamiento” o “tutelaje” de nuevos socios o voluntarios, que tratan de suplir la ausencia de una estrategia formativa en el 30% de los medios. Podemos señalar, como ejemplo de buenas prácticas, el caso de la emisora comunitaria de A Coruña (CUAC FM) que, como resultado de una detección de necesidades de formación por parte de sus asociadas, decidió implementar (desde enero de 2014) un plan de formación anual que combina formación inicial para “nuevos socios” con talleres especializados dirigida a cualquier asociado, permitiéndoles desarrollar habilidades comunicativas y técnicas que les permitirán producir y emitir su propio programa radiofónico de manera autónoma, una vez realizado el aprendizaje.

En tercer lugar, a través de “acuerdos informales”, las radios comunitarias permiten que niños/as y jóvenes (de centros educativos o entidades sociales) participen o realicen un programa radiofónico de manera puntual, con una previa formación básica sobre producción y comunicación radiofónica. Un ejemplo de ello es el proyecto “*A Fume de Carozo*” (<http://www.blogoteca.com/afdcblog>) producido semanalmente -desde hace seis años- por alumnado y profesorado del Colegio Calasanz de A Coruña y emitido desde en la emisora comunitaria local y en el que participan más de un centenar de niños/as y jóvenes a lo largo del curso escolar. Existen, asimismo, experiencias radiofónicas que han superado las fronteras españolas y pueden ser consideradas auténticas herramientas de educación social, como el proyecto “nosotras en el mundo” (en España impulsado por Radio Vallekas): “una herramienta para la articulación entre los medios de comunicación y las mujeres y personas LGTTBIQ donde sus voces son protagonistas como fuentes informativas,

“como estrategia para enfrentar las relaciones desiguales y las opresiones de género, en pos de su ciudadanía activa” (www.rednosotrasenelmundo.org).

Actividades desempeñadas por los jóvenes en los medios comunitarios.

El estudio ha identificado las actividades que con mayor frecuencia desarrollan los jóvenes (16-35 años) en los medios comunitarios y que están relacionadas principalmente con la elaboración de contenidos audiovisuales (83,3%), lo que integraría tareas como producción de programas radiofónicos, realización de entrevistas, presentación y locución, elaboración de guiones o dramatización. Según la encuesta realizada, el 38,8% de los jóvenes desarrolla tareas de realización y edición audiovisual (control de mesa de mezclas, equipo sonido, edición y montaje de piezas etc.) y el 31% realizarían funciones relacionadas con el mantenimiento de los equipos tecnológicos/ informáticos. Con menor incidencia, encontramos a jóvenes en las áreas de administración, gestión y financiación o de la dinamización de la comunidad pues, como se refleja en los *focus group*, son tareas que requieren una mayor experiencia, bagaje e implicación en el proyecto comunitario. De manera complementaria, cabe señalar que dichos medios suelen ser propiedad de asociaciones culturales o entidades sin ánimo de lucro que desarrollan también actividades de carácter cultural en los que los jóvenes estarán también implicados.



Figura 2. Actividades desempeñadas por los jóvenes en los medios comunitarios.

Aprendizaje percibido por los jóvenes de los medios comunitarios.

El estudio muestra que la mayoría de los jóvenes (y adultos) que participan en medios comunitarios lo hace sin haber tenido previamente una experiencia o formación en medios de comunicación (ni convencionales ni comunitarios) por lo que reconocen haber adquirido dicho conocimiento de una manera “autodidacta”, a través de la práctica (“learning by doing”), el intercambio de saberes con sus compañeros y de los talleres formativos desarrollados por el propio medio. Los jóvenes describen el medio como un espacio de libertad y creatividad, que les permite realizarse y

crecer, adquirir conocimientos y habilidades útiles “para la vida”. Los entrevistados calificaron los medios comunitarios como valiosas herramientas para el desarrollo de competencias personales que son trasladables al ámbito profesional (fuera del medio), como las habilidades comunicativas, tecnológicas, márketing social, trabajo en equipo, gestión de grupos y proyectos o búsqueda de recursos económicos. Asimismo, los jóvenes perciben que, a través de su implicación en un proyecto de carácter social, se produce también un cambio de valores y actitudes, evolucionando desde la percepción individual hacia la creación de conocimiento colectivo y nuevas prácticas de comunicación social.

En tercer lugar, nos gustaría destacar el rol de los medios comunitarios como espacios de integración social y empoderamiento, como los proyectos de “Radio Nikosia” en Barcelona o “Radio Prometea” en A Coruña, realizados de manera autónoma por personas diagnosticadas con una discapacidad psicológica y que ha servido para aumentar la autoestima y la ruptura de estereotipos sobre este colectivo, tal y como explica una de sus impulsoras de este último proyecto: “Es una experiencia muy enriquecedora, estamos aprendiendo muchísimo del periodismo, y lo que nos queda por aprender... y de las posibilidades de difundir, debatir, ayudar a nivel personal a las personas que participan en el programa, crearles horizontes nuevos el compromiso que implica preparar todas las semanas, asumir responsabilidades que en nuestro colectivo en concreto es bastante importante. Porque igual piensan: no valemos, no podemos hacer nada. Todo una serie de ideas preconcebidas que se tienen que en el momento que te ves dentro de algo así que estás aportando todas las semanas y ves que te encanta y que puedes hacer más pues es un bien en sí mismo, para nosotros con personas diagnosticadas como para cualquier persona que no lo esté, una experiencia muy gratificante” (Tomé, 2015).

Discusión

El presente artículo presenta una revisión del rol de los medios comunitarios (o medios para el cambio social) en los procesos de alfabetización mediática mostrando que, a pesar de ser medios todavía minoritarios, se han convertido en relevantes instrumentos de información ciudadana, democratización, capacitación y aprendizaje social, cuya labor han reconocido organismos como la ONU el Consejo de Europa o el Parlamento Europeo. Una labor que en el Estado español, sin embargo, pocas instituciones -especialmente las educativas- han sabido reconocer y aprovechar, aunque existen algunas experiencias de colaboración para la realización de actividades o prácticas educativas (e incluso proyectos de inserción laboral) que permite un contacto directo del estudiantado con el funcionamiento de los medios.

Los resultados del estudio “los jóvenes y el tercer sector de la comunicación en España” muestran que los medios comunitarios capacitan a la ciudadanía para ser no solamente receptores críticos de la información sino

para ser sus propios “constructores” o creadores de contenidos informativos, culturales o educativos. La mayoría (79,6%) de las iniciativas del tercer sector estudiadas desarrollan algún tipo de estrategia de formación que permite la adquisición de habilidades y conocimientos de contenido teórico (“*periodismo ciudadano*”) y práctico/técnico (manejo de equipos audiovisuales, herramientas informáticas, etc.). Los jóvenes entrevistados atribuyen un alto valor educativo a su participación en un medio comunitario, definiéndolos como espacios de libertad y aprendizaje donde los conocimientos adquiridos son también transferibles a la esfera profesional, y que favorecen la adquisición de nuevos valores y actitudes comunitarias y/o solidarias.

No obstante, salvo señaladas excepciones, no existe una verdadera estrategia de alfabetización mediática de la ciudadanía por parte del tercer sector de la comunicación. Ello es debido a la situación de precariedad que viven estas entidades (sin ánimo de lucro y con discutido reconocimiento institucional) y el escaso apoyo financiero con el que cuentan. Sin embargo, la calidad de la formación ofertada por y en los medios comunitarios ha comenzado a ser una preocupación para sus gestores, mejorándose en los últimos años las metodologías y contenidos formativos. Existe algunas experiencias de trabajo en red para la construcción de una propuesta pedagógica común que facilite el ejercicio activo del derecho a la comunicación de jóvenes y adultos (un ejemplo es la *Unión de Radios Comunitarias de Madrid*) y la construcción de discursos alternativos a los medios de comunicación de masas y al monopolio informativo sobre el que vienen alertando las instituciones europeas o Naciones Unidas (La Rue, 2010; AMARC, 2010).

Referencias

AMARC (2010). *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual*. Buenos Aires: Fundación Ford.
 URL: http://www.amarc.org/documents/40_Principios_diversidad_pluralismo.pdf

Barranquero A. & Sáez-Baeza, C. (2012). Teoría crítica de la comunicación alternativa para el cambio social. El legado de Paulo Freire y Antonio Gramsci en el diálogo Norte-Sur. *Razón y palabra*, (80), 3-13.
 URL http://www.razonypalabra.org/N/N80/M80/03_BarranqueroSaez_M80.pdf

Consejo de Europa (2009). Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue.
 URL: <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1409919>

Fraser, C. & Restrepo Estrada, S. (2001). *Community radio handbook*. Paris: UNESCO.
 URL <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/community-radio-handbook>

García García, J. (2013). Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en

España. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 5, 111-131. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación
 URL: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/66635/90-204-1-PB.pdf?sequence=1>

García García, J. & Meda González, M. (2012). ¡Qué locura de radio! Salud mental y radios comunitarias en España. En: Marcelo Martínez, Carmen Mayugo y Ana Tamarit (coord.), *Comunidad y Comunicación: Prácticas comunicativas y medios comunitarios en Europa y América Latina*. Madrid: Edit. Fragua.

Kaplún, M. (1983). La comunicación popular; alternativa válida?. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 7, 40-43.

Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2000). *Focus groups. A practical guide for applied research*, .

Lewis, P. M. (2008). *Promoting social cohesion. The role of community media*. Report prepared for the Council of Europe’s Group of Specialists on Media Diversity.
 URL: [http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/H-Inf\(2008\)013_en.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/H-Inf(2008)013_en.pdf)

La Rue (2010). *Report of the Special Rapporteur for Freedom of Expression of the United Nations, Mr. Frank LaRue*. Human Rights Council. General Assembly United Nations.
 URL: <http://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/14session/A.HRC.14.23.pdf>

Lema Blanco, I. (2014). ¿Hacia dónde se dirige la REMC? Un proceso de reflexión compartida y análisis participativo sobre el presente y futuro de la red de medios comunitarios. En: CUAC FM (edit.), *actas del Encuentro Europeo de medios Comunitarios (in press)*.

Miles, M.B. & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook*. Thousand, CA: Sage.

Parlamento Europeo (2008). *European Parliament resolution of 25 September 2008 on Community Media in Europe (2008/2011(INI))*
 URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:008E:0075:0079:en:PDF>

Tomé, P. (2014). Entrevista publicada en el blog “*Común e Persoal*”. Fac. Ccs. Comunicación. Universidade de Santiago de Compostela.
 URL: <https://comunepersoal.wordpress.com/2015/04/10/los-tiempos-son-totalmente-diferentes-a-los-de-la-radio-comercial/>

Agradecimientos

La autora quiere manifestar su agradecimiento a Roberto Catoira, Secretario de formación de la ReMC, y a Chema Casanova, coordinador de CUAC FM por su colaboración con este estudio. Asimismo, agradezco a Javier García y Eduardo Rodríguez sus aportaciones y críticas en la fase de revisión del presente artículo.