



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

La comunicación y el lenguaje entre las personas: herramientas didácticas para el desarrollo de las sociedades

Coords.

Maria del Mar Suárez Vilagran

Herminia Pilar Planisi Gili

María Jesús Torrente Martínez

Arantxa Batres Vara

Bartolomé Pizà-Mir

Dykinson, S.L.

EL PAPEL DE LAS RADIOS Y TELEVISIONES COMUNITARIAS COMO INSTRUMENTOS DE ALFABETIZACIÓN Y DEMOCRATIZACIÓN MEDIÁTICA DE LA CIUDADANÍA

ISABEL LEMA BLANCO
Universidade da Coruña

1. INTRODUCCIÓN

La proliferación de los medios de información y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha traído cambios decisivos en el comportamiento de la comunicación humana, así como la necesidad de empoderar mediáticamente a las personas, proporcionándoles las competencias adecuadas para comprender el papel, las funciones y las condiciones en las que opera el sistema mediático (Grizzle et al.2013). Con este fin, desde una aproximación multidisciplinar y transdisciplinar, se ha desarrollado un campo de estudio denominado “educación mediática”, “educación mediática” o, en su acepción anglosajona, “alfabetización mediática”. Dicho campo ha tratado de integrar las dimensiones teórico-prácticas de dos disciplinas que, tradicionalmente, han evolucionado de manera independiente: la educación y la comunicación (Barbas, 2012).

El concepto de alfabetización mediática hace referencia a la capacidad de las personas para acceder, comprender, crear y evaluar de forma crítica diferentes tipos de medios de comunicación, así como para crear mensajes en una variedad de contextos (Livingstone, 2004). Dichas competencias esenciales incluirían los conocimientos, habilidades y actitudes que permitan a los ciudadanos interactuar con los medios y desarrollar pensamiento crítico, para poder socializar y convertirse en ciudadanos activos y conformarse una opinión informada sobre las cuestiones que les afectan (Wilson, 2011).

La tradición latinoamericana de educomunicadores como Mario Kaplún (1998) incide especialmente en la significancia de la construcción de nuevo conocimiento y empoderamiento de las comunidades, que son resultado de procesos de intercambio, interacción, diálogo y colaboración entre pares (Barbas, 2012). De manera coincidente, los proyectos de comunicación alternativa ampliamente extendidos en América Latina comprenden la educación en medios como parte de su acción comunitaria, en aras de una construcción colectiva del conocimiento orientada a la transformación social.

En el contexto europeo, la alfabetización mediática se ha abordado principalmente en el ámbito educativo, poniendo el foco en las competencias y capacidades para el manejo de las TIC en un entorno digital. La Declaración de París, adoptada el 17 de marzo de 2015, pone de relieve la importancia «de reforzar la capacidad de los niños y los jóvenes para pensar de forma crítica y aplicar su criterio de forma que, especialmente en el contexto de Internet y los medios sociales, sean capaces de comprender la realidad, distinguir los hechos de las opiniones, identificar la propaganda y oponerse a cualquier forma de adoctrinamiento y de incitación al odio».

Sin embargo, como cada individuo está aprendiendo constantemente, la formación mediática se ha desarrollado en escenarios educativos no formales o informales como, por ejemplo, en los medios locales o alternativos. Como señala Peter Lewis (2008), los medios comunitarios han jugado un papel relevante como espacios informales para la alfabetización mediática, constituyéndose como herramientas formativas a disposición de la ciudadanía en general y, particularmente, de los movimientos sociales y las instituciones. Por consiguiente, organismos como la UNESCO, el Consejo de Europa o el Parlamento Europeo han recomendado a los estados su protección y promoción, puesto que contribuyen a reforzar la diversidad cultural y lingüística, mejoran la cohesión social de las comunidades y actúan como contrapeso frente al fenómeno de concentración de la propiedad de las empresas mediáticas.

A pesar de la larga trayectoria de los medios libres y comunitarios y del reconocimiento otorgado por las instituciones y organismos mencionados, históricamente éstos no han recibido la atención necesaria por parte

de los académicos españoles (Barranquero y Sáez, 2021). Recientemente, desde la Red de Investigadores en Comunicación Comunicativa, Alternativa y Participativa (RICCAP), se ha venido promoviendo una investigación crítica y comprometida con la participación ciudadana en el sistema de medios, explorando diversas prácticas de educomunicación o alfabetización mediática en el Tercer Sector de la Comunicación. También otros autores, como Carme Mayugo (2012) o Alfredo Cohen (2016, 2021) han realizado novedosos trabajos teórico-prácticos en el campo de la educomunicación y la creación audiovisual participativa, como el proyecto Teleduca.Educación i Comunicació, o El Parlante, ambos en Cataluña.

No obstante, con carácter general, es todavía insuficiente el conocimiento científico existente acerca de los fenómenos de educación-aprendizaje impulsados por estas entidades. Futuros trabajos en este campo deberían indagar acerca de la calidad de estos procesos, poniendo el foco de estudio en factores como los perfiles de actores implicados, las metodologías empleadas, o el alcance e impacto de estas prácticas educativas y comunicativas en los movimientos y colectivos sociales de su entorno de referencia.

2. OBJETIVOS

La presente investigación tiene como objeto profundizar en la comprensión de la dimensión socioeducativa de las radios y televisiones comunitarias, explorando su papel como promotores de procesos de educomunicación o alfabetización mediática en el contexto español. Para ello se han definido tres objetivos de investigación específicos, que se relacionan a continuación.

1. Analizar las experiencias de formación-aprendizaje promovidas por las radios y televisiones libres y comunitarias en el contexto español, e identificar sus principales características y buenas prácticas.
2. Realizar una revisión de las prácticas educomunicativas desarrolladas por el sector de medios de comunicación comunitarios en el contexto europeo, con el fin de establecer un marco

común que permitan establecer comparaciones con las praxis de sus homólogos españoles.

3. Realizar una propuesta de itinerario formativo para la mejora de los procesos de educación-aprendizaje en medios comunitarios desde la perspectiva de la comunicación para el cambio social.

Para los fines de este artículo se presentarán los resultados correspondientes a los procesos de enseñanza-aprendizaje desarrollados en los medios comunitarios, realizando una propuesta de contenidos mínimos para un itinerario formativo orientado a su sostenibilidad social, política y financiera.

3. METODOLOGÍA

Atendiendo a los objetivos de investigación, se adoptó un enfoque metodológico de corte cualitativo. Se empleó una combinación de técnicas de recogidas de datos como el análisis documental, la observación participante y la realización de entrevistas informales con activistas de los medios involucrados en la Red de Medios Comunitarios (ReMC), la red de ámbito estatal con mayor número de asociadas.

El análisis documental incluyó dos tipos de fuentes:

- Publicaciones científicas sobre los fenómenos de formación en medios o procesos de aprendizaje social o alfabetización mediática, impulsados o desarrollados dentro del sector de los medios comunitarios, según la conceptualización propuesta por AMARC (2010).
- Revisión de los proyectos y actividades de carácter formativo desarrolladas en el seno de las radios y televisiones libres y comunitarias del territorio español, así como en las redes y federaciones en las que estos medios se organizan (ej. ReMC). A través de un trabajo de búsqueda y consulta en Internet (páginas Web y redes sociales institucionales), se identificaron aquellos medios de comunicación o entidades sin ánimo de lucro que trabajaban en educación mediática. El análisis

contempló las siguientes dimensiones: (a) tipo de medio; (b) contenidos y programación de las actividades formativas; (c) destinatarios.

En segundo lugar, el análisis documental se enriqueció con las impresiones recogidas por la investigadora durante su participación en diversos congresos de ámbito español y europeo (denominados “encuentros”) promovidos por la Red de Medios Comunitarios (ReMC), o las jornadas formativas (“escuelas de verano”) promovidas por la emisora comunitaria de A Coruña Cuac FM (2021). Estas actividades abordaron, desde diferentes aproximaciones, el tópico de la formación en medios y de su papel como actores clave en los procesos de alfabetización mediática de la ciudadanía.

4. RESULTADOS

4.1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO

4.2.1. Perfil de los medios comunitarios en el contexto español

En España existe una larga tradición de medios asociativos o ciudadanos desde los inicios de la transición democrática, especialmente en las comunidades autónomas con una fuerte tradición asociativa como Cataluña, Andalucía o el País Vasco (Meda, 2013), estimándose que alrededor de un centenar de radios libres y comunitarias operan en el estado español (García-García, 2013). En cuanto a su conceptualización, estas entidades se caracterizan por ser medios de titularidad privada, con la condición de entidades sin ánimo de lucro, cuya misión principal es la prestación de servicios de comunicación para atender las necesidades específicas de su comunidad de referencia y de los grupos sociales en los que la ciudadanía se organiza, apoyando el tejido asociativo ciudadano (Barranquero y Sáez, 2021).

Estos medios parecen poner especial atención a la información independiente, a las culturas locales y minoritarias y a todo tipo de manifestaciones contraculturales (Pérez Martínez, 2020). Según Barranquero et al. (2015), dichos medios están participados por diversos grupos

vecinales, comunidades educativas, movimientos sociales, ongs, jóvenes y mujeres. En su actividad diaria, las radios y televisiones comunitarias dan voz a colectivos habitualmente infrarrepresentados o estereotipados en los medios generalistas, como jóvenes, mujeres, migrantes, mayores, personas internas en prisión, personas con diversidad funcional etc. Esta actividad contribuye a la eliminación de estereotipos y prejuicios y a la mejora de la autoestima de dichos colectivos.

Los medios comunitarios han sido identificados como herramientas al servicio del sector sociosanitario, pues a través de estas prácticas comunicativas se favorecen procesos de rehabilitación y recuperación de personas con diversidad funcional, de personas diagnosticadas de trastorno mentales o enfermedades crónicas (Sande & Leal, 2015; García & Meda, 2012; Lema-Blanco, 2018b; Rodríguez Herrero et al., 2018; Vecchia Pereira, 2019).

4.2.2. Marco legal

Aunque la existencia de medios de comunicación de titularidad ciudadana en España se infiere de la Constitución de 1978, que reconoce y protege el derecho “a expresar y difundir libremente el pensamiento, las ideas y las opiniones de palabra, por escrito o por cualquier otro medio de reproducción” (artículo 20.1.a), la evolución de todas estas iniciativas comunicacionales se ha visto frenada por un sinnúmero de obstáculos políticos y legales, barreras y restricciones administrativas que han ido en detrimento de su consolidación, especialmente en cuestiones como frecuencias, financiación y apoyo público.

La anterior Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA, 2010) reconoció por primera vez la existencia de servicios audiovisuales y comunitarios sin ánimo de lucro, pero no desarrolló normas específicas para la concesión de licencias y la promoción estatal de los mismos. Eso significó que, si bien el derecho a existir de los medios comunitarios estaba consagrado en las leyes, éstos continuaron en una situación irregular, padeciendo una elevada vulnerabilidad. En consecuencia, numerosas emisoras y televisiones de ámbito local han estado operando en las últimas cuatro décadas sin el debido respaldo legal e incluso sufriendo la acción sancionadora de la administración (Lema-Blanco, 2020).

La Ley General de la Comunicación Audiovisual (Ley 13/2022, de 13 de julio, LGCA), recientemente aprobada (BOE-A-2022-11311), que sustituye a la aprobada en 2010, supone una mejora en el reconocimiento de los derechos de los servicios comunitarios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro, considerándolos un “servicio de carácter no económico prestado por organizaciones o entidades privadas sin ánimo de lucro, a través de cualquier modalidad tecnológica y que ofrezca contenidos de proximidad destinados a dar respuesta a las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de las comunidades y grupos sociales” (artículo 2.15).

Uno de los avances más relevantes de esta nueva normativa se refiere a la Disposición Transitoria Tercera, que establece el derecho de las radios y televisiones comunitarias sin ánimo de lucro ya existentes a acceder directamente a una licencia de FM. Así mismo, la norma reconoce explícitamente a estos medios comunitarios como actores relevantes para los programas de alfabetización y formación mediática, lo que podría convertirse en una de sus principales funciones y actividades, contribuyendo a aumentar su sostenibilidad e impacto social.

4.2. FORMACIÓN EN COMUNICACIÓN Y CAMBIO SOCIAL DESDE LOS MEDIOS COMUNITARIOS

El Tercer Sector de la Comunicación cuenta con una prolongada experiencia como promotores de procesos de educación en medios, favorecedores de aprendizajes de tipo experiencial y social. Concretamente, las radios y televisiones comunitarias brindan espacios para la experimentación, dentro del contexto mediático, a través de dos mecanismos: (i) la creación y difusión de productos audiovisuales y (ii) la propia participación en la gestión del medio. Ambos atributos están íntimamente relacionados con fenómenos de aprendizaje experiencial y social.

El aprendizaje experiencial se refiere al “aprender haciendo”, que es un tipo de aprendizaje estrechamente ligado a un proceso de construcción de significado a partir de la experiencia vivida. Este tipo de aprendizaje es observado normalmente en escenarios educativos no institucionalizados (Orr, 1992), participativos, que se caracterizan “no sólo por estimular el interés y la curiosidad del individuo por aprender, involucrándolo

en su propio proceso de aprendizaje, sino también por favorecer la construcción de un conocimiento contextualizado y especialmente significativo, fruto de la interpretación de la realidad percibida” (Ariza, 2010, pp. 94-95).

Por su parte, el aprendizaje social se genera a través de procesos de interacción con otros individuos o colectivos sociales, así como de las redes en las que éstos se organizan políticamente. Como resultado de la participación en estas iniciativas, sus miembros adquieren, frecuentemente, valiosos aprendizajes que favorecen procesos de transformación personal. Pero más allá de lo individual, a través de la interacción, la experimentación colectiva y la reflexión conjunta, estos activistas producen nuevos significados que se manifiestan a través de visiones y prácticas compartidas (Dumitru et al., 2017).

4.2.1. Una aproximación empírica a los procesos de aprendizaje en los medios comunitarios

La escasa literatura existente sobre los fenómenos de educación-aprendizaje en el entorno de los medios comunitarios en el ámbito español señala que ambos procesos de aprendizaje, experiencial y social, coexisten y están interrelacionados dentro de la actividad cotidiana del medio. Por ejemplo, la investigación pionera “Los Jóvenes y el Tercer Sector de la Comunicación en España” (Barranquero et al., 2015), elaboró un mapeo de las experiencias del tercer sector mediático en el contexto español y exploró los procesos de formación promovidos tanto en medios comunitarios como en otros modelos y formatos de comunicación alternativa o contrainformación en contextos digitales.

Los resultados del mencionado estudio (Lema Blanco et al., 2016; Lema-Blanco, 2015, 2018a), ponen de relieve que casi la totalidad de las emisoras comunitarias desarrollan procesos de formación interna, dirigidos a sus miembros o a nuevos asociados. Dichas formaciones están más o menos estandarizadas, predominando formatos como el de “taller de iniciación a la radiodifusión”, combinados con una labor de tutelaje y acompañamiento de nuevos programas. Estas praxis se fundamentan en el tipo de perfiles de participantes en los medios sin ánimo de lucro que, a diferencia de los medios profesionales, están conformados por

personas sin formación previa en comunicación o periodismo, que aspiran a producir sus proyectos radiofónicos autónomamente, y suelen participar de manera altruista en la gestión del medio.

Existiendo grandes diferencias entre cada medio, estas emisoras de radio ofertan contenidos de tipo teórico-conceptual que versan sobre comunicación comunitaria, periodismo y producción radiofónica, así como módulos centrados en la adquisición de habilidades de tipo técnico, para el manejo equipamientos técnicos y recursos informáticos de la emisora. Como resultado de estos procesos formativos los nuevos miembros adquieren las competencias necesarias para producir sus propios programas radiofónicos o *podcasts*.

Este estudio apunta también a la relevancia de los procesos de aprendizaje que se generan en el seno de estas organizaciones y que puede contribuir a procesos de cambio actitudinal y conductual. A través de la interacción en dichos espacios informales se produce un intercambio de valores y saberes colectivos, se enfatizan los vínculos con el entorno, y con el propio proyecto comunitario. Es a través de estos procesos relacionales, de aprendizaje entre pares, que los activistas asumen nuevas responsabilidades, más allá de la producción radiofónica o televisiva, y pasan a implicarse en la gestión de la organización sin ánimo de lucro. La implicación activa en estas actividades parece ser la vía para el desarrollo de nuevas competencias relacionadas con la facilitación de procesos participativos, diseño y ejecución de proyectos, o la búsqueda de nuevas fuentes de financiación (Lema-Blanco, 2015b).

Otros autores han abordado los procesos de aprendizaje en los medios alternativos desde una óptica sociopolítica, como el pedagogo Ángel Barbas (2015, 2018), quien ha realizado una tesis doctoral sobre las expresiones de activismo comunicacional surgidas de los colectivos sociales promotores del “Movimiento 15M” (2011). A través de una investigación de tipo etnográfico, el autor profundizó en los procesos de apropiación mediática de la ciudadanía movilizadora y que se plasmó en la creación y del desarrollo de proyectos de comunicación propios, como como ‘Audiovisol’, ‘Ágora Sol Radio’ y el periódico ‘Madrid 15-M’.

Los hallazgos de este estudio muestran que las experiencias de activismo comunicacional del 15-M contribuyeron al desarrollo de “un pensamiento comunicacional con una clara orientación pedagógico-política” que se plasmó en la práctica a través de la producción de podcasts políticos. Barbas (2018) hace hincapié en que estos medios emergentes surgidos del movimiento crearon verdaderas comunidades de aprendizaje y de pensamiento crítico en los que la comunidad participaba a través del acto comunicativo, ampliando sus capacidades de comunicación y sus repertorios de acción para una mayor implicación en la vida pública.

Los trabajos desarrollados por Martínez Ortiz de Zárate y Barbas Coslado (2021, 2020) coinciden con los estudios anteriores en destacar el potencial de los medios comunitarios para generar aprendizajes de tipo cognitivo, actitudinales y procedimentales, si bien estos autores ponen el foco en las dimensiones emocional y afectiva de los procesos participativos promovidos en el seno de estas organizaciones. Martínez y Barbas han explorado los determinantes de la motivación y movilización de los radioactivistas, destacando factores como la satisfacción derivada de contribuir a un proyecto común con personas con las que se comparten valores y objetivos comunes, así como los lazos afectivos que se generan y que parecen ser determinantes para el desarrollo de procesos de aprendizajes satisfactorios.

En conclusión, estos estudios han explorado prácticas comunicativas y de formación en medios que se desarrollan principalmente en contextos informales y que dan lugar a la mejora de las competencias comunicativas de los participantes, lo que contribuye al empoderamiento mediático de los colectivos sociales. Pero, además, estos procesos de aprendizaje entre pares favorecen también la educación en valores y el cambio actitudinal, la construcción de nuevos marcos de interpretación de la realidad y de nuevas prácticas comunitarias dirigidas a la sostenibilidad social y emocional del medio y de sus integrantes.

4.2.2. Prácticas de alfabetización mediática en la Red de Medios Comunitarios, alcance y limitaciones

La calidad de la formación que ofrecen los medios comunitarios ha comenzado a ser una preocupación para sus gestores, institucionalizando

sus cursos de formación, mejorando metodologías y contenidos. Así, no siendo algo generalizable al conjunto del sector, se han encontrado un elenco de emisoras que han convertido la formación en una de las piedras angulares de su actividad. Dichas entidades han venido estableciendo acuerdos formales e informales con entidades sociales e instituciones socioeducativas, lo que ha permitido que niños, jóvenes y adultos tengan experiencias significativas de radiodifusión a través de procesos de formación-aprendizaje de base experiencial.

Onda Merlín Comunitaria (Madrid), Onda Color (Málaga), Onda Polígono (Toledo), RTVC (Cardedeu), Cuac FM (A Coruña), o el “Proyecto Escuela de Radio” desarrollado por la Unión de Radios Libres y Comunitarias de Madrid (URCM) son algunos ejemplos de medios del tercer sector de la comunicación con amplia experiencia en el desarrollo de procesos de alfabetización mediática con implicación de sus comunidades de referencia o de grupos de jóvenes y estudiantes.

Existen también ciertas experiencias dentro de la Red de Medios Comunitarios (ReMC) de trabajo colaborativo hacia la construcción de un enfoque pedagógico común, inspirado en los modelos de aprendizaje colectivo (Catoira, 2015). Por ejemplo, esta red ha creado un grupo de trabajo específico para debatir y elaborar propuestas de mejora de los planes formativos y de los procesos de aprendizaje de sus propios medios. Así, a través de su página Web ha publicado un buen número de materiales y recursos didácticos sobre formación en radio como el “manual de alfabetización mediática: toma las ondas” de Onda Color (Blanco, 2017), el “manual de ficción sonora de Onda Color” (Blanco, 2018), el “manual de radioteatro de Radiópolis” (Limón y Cabello, 2018) o el “módulo sobre periodismo y producción radiofónica” de Cuac FM (2018).

No obstante, no ha existido hasta el momento ningún esfuerzo de sistematización y estandarización de los diferentes programas formativos, existiendo una gran disparidad en cuando a contenidos y metodologías de enseñanza-aprendizaje. Por otro lado, parece necesaria una comprensión más holística de la formación en medios, dirigida a mejorar la capacitación del conjunto de los asociados y/o voluntarios para que

asuman responsabilidades en la gestión del propio medio y sean capaces de liderar la misión transformadora que estos medios aspiran a desempeñar.

Los activistas señalan como principal obstáculo para la promoción de proyectos de alfabetización mediática la falta de recursos económicos y humanos y la alta dependencia del voluntariado participante en el medio. Así, en la mayoría de las radios libres y comunitarias del estado, la gestión del medio recae casi al cien por cien en el voluntariado. Ello se extiende a la acción formativa, pues son habitualmente las personas asociadas las que diseñan e imparten estos programas formativos de manera altruista y voluntaria.

La impartición de la docencia recae en manos de unas pocas personas dedicadas también a la producción de programas radiofónicos o a otras tareas de gestión del medio. Solamente los medios con mayor capacidad financiera o mayor estructura han sido capaces de “profesionalizar” sus proyectos de capacitación mediática, como es el caso, por ejemplo, de Onda Merlín Comunitaria, Radio Televisión de Cardedeu u Onda Color. Esto ha sido así porque han logrado fuentes de financiación externa - normalmente fondos públicos- para el desarrollo de proyectos formativos en beneficio de la comunidad o de sectores concretos de la población.

5. DISCUSIÓN

Los medios de comunicación juegan un papel clave en la comprensión que la ciudadanía tenga sobre la realidad en la que están inmersos. Estos no solamente reflejan la realidad, sino que ayudan a construirla como un fenómeno social compartido. Es por ello por lo que, la ciudadanía, junto con el derecho a la libertad de expresión y el acceso a información veraz, reivindica también la democratización del acceso a los medios de comunicación.

La puesta en práctica de dichos derechos y reivindicaciones se ha articulado históricamente a través de la creación de medios de titularidad ciudadana generalmente de ámbito local, si bien el acceso a las tecnologías de la información y comunicación y el acceso universal a Internet

ha favorecido la creación de nuevos medios de carácter no lucrativo, en su mayoría digitales, como aquellos que emergieron del movimiento 15M (Barbas, 2015, 2018) o del movimiento *Nunca Más* (Lema-Blanco, 2022).

Existe, asimismo, por parte del tercer sector de la comunicación, de una toma de conciencia acerca de su papel como agentes de alfabetización mediática. Por consiguiente, algunos de estas entidades han articulado propuestas pedagógicas dirigidas a colectivos externos al propio medio, o en colaboración con otras instituciones educativas formales y no formales, con el objetivo de mejorar las competencias mediáticas y el consumo crítico de información de un público amplio. Este nuevo rol ha repercutido en el fortalecimiento de estas iniciativas y de su impacto en la comunidad, y puede contribuir a la sostenibilidad organizativa, política y financiera del medio (Barranquero y Candón, 2021).

Un potencial itinerario formativo por desarrollar en este ámbito debería atender, al menos, a tres dimensiones, descritas a continuación:

- a. Competencias para la comunicación social,
- b. Competencias tecnológicas, y
- c. Competencias para la gestión y planificación estratégica del medio

Las **competencias para la comunicación social** incluirían la adquisición de conocimientos teórico-conceptuales relacionados con la filosofía de los medios comunitarios, aspectos éticos de la comunicación de masas y las condiciones legales en las que operan estos medios, especialmente en contextos donde su regulación no es satisfactoria. Dentro de esta temática deberían tratarse las problemáticas relacionadas con las políticas de comunicación, en tanto que los medios son influyentes transmisores de discursos sociales y portadores de ideología e imaginarios. Desde una perspectiva práctica, debería favorecerse la adquisición de competencias para la creación de contenidos mediáticos, audiovisuales y digitales, así como para la producción y postproducción de estos productos.

Las **competencias de ámbito tecnológico** tendrían por objeto la adquisición de conocimientos y destrezas para el empleo del hardware y

software necesarios para la producción audiovisual. Esto abarcaría el manejo de los equipamientos audiovisuales del medio, los recursos informáticos o el uso de las aplicaciones necesarias para la pre y postproducción de los productos comunicativos y su divulgación a través de los recursos disponibles.

Las **competencias para la gestión y planificación estratégica del medio** comunitario comprenderían la transmisión de valores como la corresponsabilidad, la solidaridad, el cooperativismo, así como la adquisición de habilidades relacionadas con la dinamización comunitaria, la gestión de proyectos, el desarrollo de la visión estratégica, la gestión de recursos económicos y financieros, o la facilitación de grupos y gestión de conflictos. Esta dimensión organizacional y estratégica resulta vital para los medios comunitarios porque, cada vez más, precisan dotarse de recursos humanos y financieros capaces de sostener sus proyectos y responder a las demandas de la comunidad.

En definitiva, con el fin de construir y sostener a lo largo del tiempo una alternativa a las estructuras mediáticas públicas y comerciales existentes, los miembros de las iniciativas ciudadanas de comunicación social deberían:

- Adquirir **conocimientos específicos acerca del funcionamiento de las instituciones**, y particularmente del sistema mediático, y sobre cómo éstos perpetúan valores y prácticas no deseables desde la óptica de la comunicación para el cambio social.
- Desarrollar **competencias para la cooperación y gestión de conflictos**, a fin de crear nuevas relaciones sociales y mantener la motivación interna ante los obstáculos y dificultades a los que se enfrenten en su funcionamiento diario.
- Desarrollar **estrategias efectivas de interacción** con otros actores e instituciones relevantes, que a menudo incluyen establecer alianzas para alcanzar objetivos comunes.

Si bien las tres dimensiones propuestas son un avance todavía inicial de los resultados de este estudio, es preciso señalar que este itinerario

formativo no debe ser comprendido como una propuesta definitiva y universalizante. Al contrario, éste pretende ser únicamente un punto de partida que sirva a los propios medios del sector para reflexionar acerca de sus necesidades internas y las oportunidades que el nuevo marco legal les otorga, así como sobre las potencialidades que alberga su identificación como agentes de alfabetización mediática de la comunidad, atendiendo al ecosistema social, cultural y mediático en el que éstos operen.

6. CONCLUSIONES

La sostenibilidad de los medios comunitarios radica en su capacidad para servir a los intereses de su comunidad de referencia. Entre ellos se encuentra la alfabetización mediática, comprendida como un proceso de empoderamiento que integra tanto las capacidades de comprensión y análisis crítico de los mensajes que se distribuyen en los medios, como el desarrollo de competencias para la elaboración y difusión de mensajes y discursos propios, de manera eficaz, y a través de una diversidad de medios comunicacionales. Y ahí es donde las radios y televisiones comunitarias han venido jugando un papel relevante, contribuyendo a la adquisición, por parte de sus asociados y voluntarios, de una diversidad de conocimientos teóricos, habilidades y destrezas vinculadas a la comunicación social desde una perspectiva crítica y participativa.

Las redes de medios juegan un papel importante para las radios y televisiones comunitarias de ámbito local. Al facilitar las interacciones entre los miembros de las iniciativas de diferentes partes del estado (o también en un contexto internacional), se brindan oportunidades para el aprendizaje, el apoyo mutuo, la experiencia de pertenencia a un movimiento global de medios comunitarios, lo que a menudo contribuye a la generación de nuevas ideas, y una mayor motivación para los miembros de las iniciativas locales.

No obstante, a pesar de los esfuerzos ya realizados, estos medios tienen un largo camino por delante para convertirse en referentes de alfabetización mediática del conjunto de la sociedad. El reconocimiento explícito de la nueva Ley de Comunicación Audiovisual (2022) a los medios comunitarios como actores relevantes para los programas de

alfabetización y formación mediática puede servir de revulsivo para que los movimientos sociales o las entidades educativas miren hacia estos medios como instrumento para fortalecer sus competencias mediáticas y ejercer su derecho a la comunicación mediatizada a través de ellos. Dicho impulso contribuiría la mejora de la sostenibilidad social y financiera del tercer sector de la comunicación y a aumentar su capacidad de influencia social.

7. AGRADECIMIENTOS

Esta investigación se enmarca en una de las líneas de la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RIC-CAP) que se desarrolla dentro del proyecto I+D+i “Sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación. Diseño y aplicación de indicadores” (PID2020-113011RB-I00), financiado/a por MCIN/AEI/10.13039/501100011033/.

8. REFERENCIAS

- AMARC. (2010). Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual. Fundación Ford.
- Ariza, M. R. (2010). El aprendizaje experiencial y las nuevas demandas formativas. *Antropología Experimental*, (10), 89-102
- Barbas Coslado, A. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de educación*, 10(14), 157-175
- Barbas Coslado, A. (2015). Activismo comunicacional y pedagogía política: un estudio etnográfico sobre la comunicación educativa en el movimiento 15-M. Tesis Doctoral. UNED
- Barbas Coslado, A. (2018). La comunicación educativa en el movimiento 15-M. Notas sobre una etnografía pedagógico-política en proceso. *Revista Internacional De Pensamiento Político*, 10, 103–117
- Barbas Coslado, A., y Martínez Ortiz de Zárate, A. (2020). Vidas de activismo. La participación en los medios de comunicación comunitarios como fuente de aprendizajes. *Diálogo andino*, (62), 65-75

- Barranquero, A., Bergués, L., Candón, J., García, J., Lema-Blanco, I., ... Villanueva, S. (2015). La juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad
- Barranquero, A., y Candón-Mena, J. (2021). La sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación en España. Diseño y aplicación de un modelo de análisis al estudio de caso de El Salto y OMC Radio. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, 137, e71863
- Barranquero, A., y Sáez Baeza, C. (2021). La comunicación desde abajo: Historia, sentidos y prácticas de la comunicación alternativa en España. Gedisa
- Blanco, A. (2017). Manual de alfabetización mediática: toma las ondas. Plataforma de Comunicación Comunitaria Onda Color
- Blanco, A. (2018). Manual de ficción sonora. Plataforma de Comunicación Comunitaria Onda Color
- Catoira, R. (2015). Taller de formación en radios comunitarias. En: I. Lema-Blanco (coord.), Conclusiones del Encuentro Europeo de Medios del Tercer Sector. El Tercer Sector de la Comunicación: creando redes para el intercambio de conocimiento y la comunicación social, (pp.12-14). Colectivo de Universitarios Activos
- Cohen Montoya, A. E. (2016). Investigación evaluativa para el diseño de una propuesta de intervención en edu-comunicación para la ciudadanía activa: análisis de los proyectos La Cruilla Comuna y Desmontamites. Tesis Doctoral. Universitat Pompeu Fabra
- Cohen Montoya, A. E. (2021). Educomunicación. 20 diálogos teórico prácticos. Neret
- Cuac FM (2018). Módulo sobre periodismo y producción radiofónica. Colectivo de Universitarios Activos
- Dumitru, A., Lema-Blanco, I., Kunze, I., Kemp, R., Wittmayer, J., Haxeltine, A., García-Mira, R., Zuijderwijk, L. and Cozan, S. (2017). Social learning in social innovation initiatives: learning about systemic relations and strategies for transformative change (TRANSIT Brief#4), TRANSIT: EU SHH.2013.3.2-1 Grant agreement no: 613169
- García García, J. (2017). Transformaciones y aprendizajes de las radios comunitarias en España: hacia un modelo de radio inclusiva. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”, 10(1), 30-41

- García García, J. y Lema Blanco, I. (2021). Regulación y políticas para la comunicación alternativa en España: una evaluación crítica. En: A. Barranquero y C. Sáez (coords.), *La comunicación desde abajo: Historia, sentidos y prácticas de la comunicación alternativa en España*, (pp. 161-187). Gedisa
- García García, J. y Meda González, M. (2012). ¡Qué locura de radio! Salud mental y radios comunitarias en España. En: M. Martínez, C. Mayugo y A. Tamarit (coord.), *Comunidad y Comunicación: Prácticas comunicativas y medios comunitarios en Europa y América Latina*, (pp. 309-322). Fragua
- Grizzle, A.; Torrent, J. y Pérez Tornero, J.M. (2013). MIL as a Tool to Reinforce Intercultural Dialogue. En: U. Carlsson & S. H. Culver (Eds.), *Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue*, (pp.9-16). The International Clearinghouse on Children, Youth and Media
- Kaplún, M. (1998). Procesos educativos y canales de comunicación. *Comunicar*, (11), 158-165
- Lema-Blanco, I. (2015a). Los medios de comunicación comunitarios como espacios de educación no formal para los/las jóvenes. Motivaciones, formas de participación y tipos de aprendizaje generados. *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, Extr. (14), 14-28
- Lema-Blanco, I. (2015b). La formación ofertada por los medios del Tercer Sector desde la perspectiva de los jóvenes implicados. En: A. Barranquero (coord.), *La juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación*, (pp.46-48). Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad
- Lema-Blanco, I. (2018a). Community radio as a social learning instrument for social empowerment and community building. An analysis of youth participation in the Spanish Third Media Sector. En: I. Gallego, M. Fernández Sande & N. Limón (eds.), *Radio Research Trends: Diversity, Innovation & Policies*, (pp.15-30). Cambridge Scholars Publishing
- Lema-Blanco, I. (2018b). El rol de los medios de comunicación comunitarios como herramientas de inclusión social. El caso de la emisora CUAC FM en A Coruña. En X. M. Cid et al. (coord.), *Educación Social e Escola, Unha análise da última década (2006-2016)*, (pp. 693-708). CEESG/NEG
- Lema-Blanco, I. (2020). La deficiente regulación en España de los medios de comunicación comunitarios: el caso de Cuac FM. *Quaderns del CAC*, 46, vol. XXIII, 57-64

- Lema-Blanco, I. y Meda González, M. (2016). Linguistic diversity and Communication rights: the role of community media in the promotion of regional or minority languages in Europe. *Radio, Sound & Society Journal*, 1(1), 26-41
- Lema-Blanco, I., Rodríguez-Gómez, E. & Barranquero-Carretero, A. (2016). Jóvenes y tercer sector de medios en España: Formación en comunicación y cambio social. *Comunicar*, 48, 91-99
- Lema Blanco, I. (2022). El papel de los medios de información en la activación y desactivación de la plataforma Nunca Más durante la crisis del Prestige. En: *El poder de la comunicación política: actores, estrategias y alternativas*, (in press). Dykinson S.L
- 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
- Limón, M. y Cabello, T. (2018). Radioteatro: Manual de alfabetización mediática de radiópolis. Radiópolis - Asociación Taller de Comunicación Radio Endanza
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The communication review*, 7(1), 3-14
- Martínez Ortiz de Zárate, A. y Barbas-Coslado, Á. (2021). La dimensión socioeducativa de las radios comunitarias: un estudio desde la ética del cuidado. *Historia y Comunicación Social*, 26(2), 429-440
- Mayugo, C. (2012). Educomunicación, participación social y prácticas de comunicación comunitaria. La experiencia catalana. En: M. Martínez Hermida y F. Sierra (coord.), *Comunicación y desarrollo prácticas comunicativas y empoderamiento local*, (pp. 323-350). Gedisa.
- Orr, D. (1992). *Ecological literacy*. State University of New York Press
- Pérez Martínez, J. E. (2020). Representaciones de lo alternativo en el Madrid del tránsito a la democracia. El caso de la (contra) cultura mediática de las radios libres (1976-1989). *RIHC: Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 15, 87-105
- Rodríguez Herrero, M. R., López, O. P., Torregrosa, J. J. G., de Castro Lázaro, I., Bobillo, M. D. C. L., Flores, M. Á. M., ... & Herrero, M. R. (2018). La radio como herramienta de integración comunitaria. *RES: Revista de Educación Social*, (26), 213-229

- Sande, M. F., & Leal, C. M. L. (2015). La radio como instrumento de rehabilitación y recuperación en trastorno mental severo y crónico: experiencias en la Comunidad de Madrid. En: Radio, sound and Internet. Proceedings of Net Station International Conference, (pp. 99-110) CECS-Universidade do Minho
- Vecchia Pereira, L. C. D. (2019). Experiencias vivenciadas en Radio Nikosia: cambio semántico y protagonismo en salud mental. Hachetetepé: revista científica de educación y comunicación, 19, 13-24
- Wilson, C. (2019). Media and Information Literacy: Challenges and Opportunities for the World of Education. The Canadian Commission for UNESCO's IdeaLab, November 2019