

Como ya avanzamos en el Capítulo 3.2, estas acciones se apoyan a veces –aunque no siempre– en convenios y ayudas procedentes de administraciones públicas: “Nos llegó una subvención del Ayuntamiento para un curso en el que todo el mundo podía participar. Se explicaba cómo funcionaba una mesa de mezclas, como locutar, cómo hacer un programa y qué es una radio comunitaria. Actualmente, cuando viene alguien nuevo, podemos darle formación inicial, o si sabe manejarse, también puede comenzar directamente en un programa colaborando (FG\_Madrid\_P3).

No obstante, y a la luz de los resultados descritos en los Capítulos 3.1 y 3.2, es de desear que los medios comunitarios y libres sigan reforzando estrategias con aquellas entidades de las que reciben un importante contingente juvenil y con las que se establecen convenios de colaboración para la realización de prácticas formativas o la inserción laboral de jóvenes. En este sentido, y a la luz de las encuestas, destacamos en especial el papel que podrían jugar los institutos, las universidades y los centros de formación profesional ocupacional que forman en materias relacionadas o no con la comunicación y el periodismo: sociología y psicología, magisterio, pedagogía y educación social, trabajo social, etc. De hecho, tal solo las radios universitarias parecen contar con un diálogo permanente con la propia universidad, y los propios datos descritos a lo largo del apartado 3.1 identifican un panorama en el que la mayoría de los jóvenes (y adultos) comienzan a colaborar en los medios comunitarios sin haber tenido previamente una experiencia o formación en medios (ni convencionales ni comunitarios).

## 4.2. EL APRENDIZAJE PERCIBIDO POR LA JUVENTUD EN LOS MEDIOS COMUNITARIOS (ISABEL LEMA BLANCO Y GLORIA ROSIQUE)

En líneas generales, los jóvenes participantes en los grupos focales describen sus respectivos medios de comunicación como espacios de libertad y creatividad, que les permiten, por un lado, realizarse y crecer en lo personal, y, por otro, adquirir conocimientos y habilidades útiles “para la vida” y no solo desde una perspectiva estrictamente comunicacional. En este sentido, parece existir consenso a la hora de calificar la experiencia en el Tercer Sector como una valiosa oportunidad para adquirir conocimientos y destrezas que se desconocían anteriormente y que son trasladables al ámbito vivencial y profesional, no solo dentro sino también de cara al fortalecimiento de relaciones sociales y extrapolable en muchos casos al trabajo en medios distintos a los comunitarios: “Y luego toda la parte técnica, todo lo de producción, porque en la facultad te lo cuentan a cachitos, pero aquí te encuentras con la realidad” (FG\_Sevilla\_P4).

Como ya apuntábamos, el propio reparto del espectro radioeléctrico a medios públicos y comerciales parece relegar a los medios del Tercer Sector a una presencia marginal en los imaginarios de muchos jóvenes y de la propia ciudadanía en un sentido amplio, que parece desconocer la existencia de los medios comunitarios o se confunde acerca de lo que realmente son: “Existe confusión por parte de los jóvenes acerca de qué es una radio libre” (FG\_Vitoria\_P2); “La ciudadanía no sabe que existen estos medios. A lo mejor, si se conocieran más, sería la propia ciudadanía la que reivindicaría que estos medios tuvieran un reconocimiento social, político, mediático, financiero, etc., y sabrían qué es positivo y qué no de tener una radio en cada barrio” (FG\_Madrid\_P5); “Todo el mundo conoce lo que es privado o público pero ¿y lo comunitario? O no existe, o no se conoce. Y salvo que tengas o a un conocido, o que lo hayas conocido por una visita. Yo creo que el que no se acerca es porque no lo conoce” (FG\_Vitoria\_P10).

En cualquier caso, es unánime la opinión de que los centros educativos y, en especial, la universidad se encuentran aún demasiado alejados de los medios del Tercer Sector, dado que la docencia del periodismo y la comunicación suele estar en exceso centrada en el binomio de medios públicos y privados-comerciales: “La vieja guardia te dice que esto no es radio, porque están acostumbrados solo a los canales públicos y privados de radio y televisión” (FG\_Sevilla\_P4); “Los profesores jóvenes ya hablan de otros medios, pero los de la vieja escuela... Yo hasta que no entré aquí no sabía qué era una radio comunitaria” (FG\_Sevilla\_P5).

Por otro lado, de los *focus group* también se desprende que los medios alternativos y comunitarios suelen brindar a los jóvenes una formación práctica y complementaria a la que se ofrece en las universidades, que es calificada por los jóvenes como “insuficiente”, puesto que estos proyectos son “más proclives al aprendizaje de los sectores juveniles debido a su reducido tamaño, lo que les permite involucrarse en distintas áreas dentro del mismo medio (...), siendo la capacidad de aprendizaje mayor en comparación con los medios tradicionales, en los que la posibilidad de aportar y de desarrollarse son muy reducidas” (FG\_Barcelona\_P3).

En su mayoría, el sector juvenil pone en valor las habilidades comunicativas y/o técnicas vinculadas al libre ejercicio del “periodismo ciudadano” que se ejerce en el Tercer Sector sin ningún tipo de cortapisas ni censura y dado que los jóvenes encuentran en él una mayor libertad creativa, de autonomía y realización personal: “Terminé Comunicación Audiovisual hace un año y llegué por casualidad porque quería hacer radio y no sabía muy bien por dónde ir. De entre todos los sitios en los que he estado, aquí es donde más he aprendido” (FG\_Sevilla\_P5); “Llevo 5 años en la emisora. Por afición, entré sin saber que era una radio comunitaria, aunque colaboro también con otros medios no comunitarios. Yo me gano la vida gracias a la radio, no aquí, pero sí en otros medios comerciales y esto te ayuda a crecer personal y profesionalmente (FG\_Vitoria\_P2);

No obstante, también reconocen la importancia de los conocimientos no estrictamente relacionados con la producción de contenidos, sino con áreas antes expuestas como la gestión de una organización sin ánimo de lucro, el marketing social, el trabajo en equipo, la dinamización de grupos, el diseño y ejecución de proyectos, o la propia búsqueda de recursos económicos: “La radio me ha aportado muchísimo en todos los niveles: personal, profesional, cultural, etc. Aunque destacaría el nivel profesional, porque he descubierto una manera de hacer periodismo que pensaba que no existía y que era la que buscaba” (FG\_Madrid\_P5).

Asimismo, los jóvenes perciben que, a través de su implicación en un proyecto de carácter social, se produce, sobre todo, un intercambio de valores y actitudes, que les permite evolucionar desde una concepción individualista de la existencia hacia un imaginario en el que se enfatizan los vínculos sociales con el entorno, y a partir de la creación de saberes colectivos y prácticas de resignificación de los conocimientos, a veces sesgados, que derivan de los medios convencionales: “He aprendido mucho. La gestión de la radio me supuso un cambio mental increíble, porque empiezas a tener responsabilidades y aprendes a gestionar proyectos y salvar obstáculos de manera involuntaria. A la hora de entrar en el mercado laboral también es muy importante, porque aprendes a conocer a la gente con la que hablas, aunque no la conozcas, a descifrar ese lenguaje no verbal de los políticos que te llega cuando te sientas con ellos. Pero el mejor aprendizaje, no solo técnico, también personal, es el que he adquirido de las personas relacionadas con la propia radio, un sistema muy heterogéneo donde al final aprendes de todo el mundo”. (FG\_Madrid\_P5).

Por otro lado, un número significativo de participantes, en especial aquellos que acumulaban más años de experiencia en el Tercer Sector, describe su paso por el Tercer Sector como un auténtico proceso de transformación personal, que apunta a valores de compromiso y dedicación colectiva: “Ha sido una transformación personal, profesional, de vida, que es muy difícil de explicar. Yo entré por casualidad. Estaba terminando mi carrera investigadora, yo estaba centrada en mi, en mi proyecto profesional de estar en un despacho, en la universidad, y fue un cambio hacia una perspectiva más colectiva. Pasé a querer todo lo contrario, quiero participar, ser otra cosa, expandir mis posibilidades de ser, la radio fue un medio para mi crecimiento personal” (FG\_Vitoria\_P7).

No obstante, y como ya avanzábamos también, identificamos cierto contraste entre el aprendizaje recibido por los jóvenes en los medios y su grado de participación, puesto estos suelen desempeñarse, sobre todo, en las tareas de producción de contenidos y, en menor medida, en actividades como la gestión y coordinación de la entidad, la formación de nuevos socios, o la dinamización de actividades con el público externo, como hemos explicado en el capítulo 3.3.

En conclusión, consideramos que la formación ofertada y las competencias adquiridas a través de las actividades de voluntariado y prácticas en los medios del tercer sector promueven distintos tipos de aprendizaje, sobre todo de tipo práctico (*learning by doing*). Estos están vinculados, por otra parte, al intercambio de conocimientos y experiencias entre distintas generaciones que, con el tiempo, van derivando en intensos procesos de capacitación y empoderamiento juvenil. En líneas generales, distinguimos tres procesos de aprendizaje práctico:

- a) Aprendizaje cognitivo: vinculado a la adquisición de nuevos conocimientos teóricos o conceptuales relacionados con materias como: la producción y locución de productos audiovisuales, técnicas de redacción y edición digital etc. Dentro de este contenido teórico se incluyen también los fundamentos de la comunicación para el cambio social; valores y principios de los medios comunitarios, alternativos y ciudadanos; derecho a la comunicación y cuestiones legales y de políticas comunicativas; etc.
- b) Aprendizaje actitudinal: relacionado con la adquisición de nuevos valores y actitudes derivadas de la participación en un medio del Tercer Sector, que, de acuerdo a las características expuestas en anteriores apartados, acostumbra a ser un medio sin ánimo de lucro y organizado de manera horizontal y democrática.

De hecho, muchos jóvenes hacen referencia a la incorporación actitudinal de valores como la solidaridad, el compromiso, el voluntarismo o el empoderamiento que emerge de la democracia deliberativa y la participación horizontal.

c) Aprendizaje procedimental: que tiene que ver con el desarrollo de habilidades sociales adquiridas a través de la participación, la asunción de responsabilidades, el intercambio de experiencias, y la generación o aplicación de nuevas “tecnologías sociales” entre las que podríamos citar: el trabajo en equipo, la dinamización de grupos, la gestión de conflictos, o la propia toma de decisiones en una organización.

A partir de estos tres tipos de aprendizaje, se constata que la formación contribuye, en primer lugar, a una mejora sustancial de la calidad de los productos -programas de radio, televisión, prensa *online*, etc.-, así como una evolución de los propios medios de cara al desarrollo de convenios de colaboración con otras entidades, trabajo en red con organizaciones educativas y sociales, o, en los últimos tiempos, proyectos europeos relacionados con el ámbito no lucrativo.

Así mismo, la formación de los jóvenes en los medios comunitarios contribuye a su inserción laboral, tanto si estos jóvenes cuentan con una formación previa en el ámbito de la comunicación como si su formación pertenece a otras áreas. Es evidente que el desarrollo de habilidades comunicativas y competencias técnicas puede convertirse en una ventaja competitiva en el mercado laboral de otro tipo de medios y ocupaciones.

Finalmente, cabe resaltar que los procesos de formación -formales e informales- ayudan al fortalecimiento del propio Tercer Sector de la Comunicación, puesto que estas estrategias permiten no solo la adquisición de habilidades y competencias de jóvenes (y adultos), sino el empoderamiento del propio colectivo gestor del medio; o, en otras palabras, procesos de enseñanza/aprendizaje de carácter grupal que ayudan a que distintos miembros se sientan competentes a la hora de defender sus derechos, trazar estrategias de trabajo a medio y largo plazo, o desarrollar proyectos más ambiciosos, a gran escala y en red con otros medios y entidades del Tercer Sector.

### **4.3. PROPUESTA DE ITINERARIO FORMATIVO ORIENTADO A LAS FUTURAS GENERACIONES DESDE LA PERSPECTIVA DE LA COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL (ISABEL LEMA BLANCO)**

La presente investigación ha permitido avanzar en la diagnosis y conocimiento empírico de los procesos de formación y aprendizaje que se desarrollan en los medios pertenecientes al Tercer Sector de la Comunicación y que se traducen -tal y como se ha explicado en apartados anteriores- en la adquisición por parte de los y las jóvenes participantes (en calidad de asociados, voluntarios o personas en prácticas) de una adquisición significativa de conocimientos teóricos y habilidades prácticas que les permiten desarrollar, entre otros: su papel como ciudadanos, competencias personales y sociales, y destrezas vinculadas a la comunicación social en un sentido crítico y participativo.

No obstante, consideramos que el sector en España adolece, en general, de una falta de estrategia de educación mediática que permita converger con los medios comunitarios europeos. Así, influyentes redes y organizaciones internacionales como AMARC-Europa, el Sindicato Nacional de Radios Libres francés, o el Community Radio Forum of Ireland (CRAOL) en Irlanda, han venido desarrollando en la última década distintos proyectos de innovación en el campo del aprendizaje de adultos, un factor que, por otra parte, les ha permitido diseñar itinerarios formativos específicos para los trabajadores y voluntarios de las radios comunitarias. Dichas propuestas se han orientado a la consecución de tres objetivos primordiales, igualmente compartidos por la Red de Medios Comunitarios (ReMC) en España: a) lograr el reconocimiento europeo del beneficio educativo de los medios comunitarios; b) favorecer la educación y la armonización de las habilidades y competencias adquiridas por los profesionales y voluntarios del tercer sector; c) favorecer la movilidad profesional de los jóvenes de los medios comunitarios (Lucas, 2014).

Somos conscientes de que la homologación de condiciones de los medios comunitarios y del Tercer Sector en España no será posible hasta que haya un reconocimiento por parte de las instituciones públicas acerca de la labor social, educadora, cultural y de democratización que realizan estas iniciativas, así como el apoyo social y financiero que merecen y precisan para el desarrollo de su finalidad social. No obstante, a pesar de la evidente situación de precariedad e inseguridad jurídica que vive el sector, la calidad de la formación ofertada por los medios comunitarios ha comenzado a ser una preocupación para muchos de sus gestores y asociados, por lo que se perciben avances en los últimos años en