

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

cuestiones relacionadas con sus metodologías y contenidos formativos. Existe, asimismo, una demanda creciente por parte de sus miembros a la hora de construir una propuesta pedagógica con bases comunes (aunque diferenciada en función de la necesidad y contexto específico de cada medio) que facilite el ejercicio activo del derecho a la comunicación a jóvenes y adultos y que repercuta, por otra parte, el fortalecimiento de estas iniciativas y de su impacto en la comunidad. Tomando como referencia las actividades desarrolladas por los jóvenes en el Tercer Sector y la formación ya ofertada por los propios medios (no sistematizada ni documentada), y en base a los ambiciosos trabajos desarrollados por los colegas europeos (Lewis, 2008, Lucas, 2014; proyecto “Community Radios in Europe”, 2013; Community Media, Professional Euro Certification-COMEPEC, 2015), consideramos que los itinerarios formativos que impulsen los medios en el futuro deben orientarse a la implementación de competencias relacionadas con tres áreas que garantizan la sostenibilidad (social, política y financiera) de los distintos proyectos a lo largo del tiempo: a) Comunicación social; b) coordinación y gestión del medio; c) Competencias tecnológicas³.

En el primer apartado de “**competencias para la comunicación social**” se incluirían aquellas habilidades directamente relacionadas con la creación y emisión de contenidos mediáticos:

- **Ética del medio comunitario:** filosofía, principios y valores del medio; espíritu y orientación social del tercer sector; teoría del derecho a la comunicación.
- **Redacción y producción de contenidos:** investigación, planificación y producción, guionización, locución y edición.
- **Educación en medios (*media literacy*)** y análisis crítico del rol de los medios de comunicación en la sociedad, enfatizando, por un lado, las cuestiones relacionadas con la estructura y economía política de la comunicación y, por otro, las relacionadas con contenidos, formatos o estilos en tanto portadores de ideología e imaginarios.
- Utilización de **tecnologías de emisión** (radio y televisión) y los medios disponibles para la producción, grabación y edición de materiales audiovisuales, así como el manejo de herramientas de software libre disponibles. Ejemplo de ello son la adquisición de capacidades de manejo de emisores de radio o TV; la utilización de equipos de sonido (en el caso de las radios comunitarias) o audiovisuales (televisiones); o el manejo de equipo de emisión en exteriores, entre otros.

En el apartado de “**competencias para la coordinación y gestión del medio**”, los jóvenes y personas asociadas a un proyecto de comunicación comunitario deben adquirir saberes y habilidades relacionadas con la:

- **Participación comunitaria:** asunción de responsabilidades y participación en la toma de decisiones dentro del medio comunitario; iniciativa y emprendimiento social; colaboración en las actividades comunitarias; captación de socios; trabajo en red con otras iniciativas sociales; representación de la entidad en foros externos, etc.
- **Gestión de proyectos:** redacción de proyectos, planificación de eventos, evaluación y documentación de las actividades, planificación estratégica, utilización de herramientas de gestión, etc.
- **Gestión de recursos económicos y financiación:** búsqueda de fuentes externas (e internas) de financiación, elaboración de presupuestos y gestión de la contabilidad, entre otras tareas.
- **Dinamización de grupos y gestión de conflictos:** conocimientos relacionados con la facilitación de dinámicas de grupos, creación de espacios de intercambio y debate, herramientas participativas para la toma de decisiones consensuadas, etc.

Por último, las “**competencias tecnológicas**” harán referencia a aquellos conocimientos y habilidades relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y los nuevos medios y plataformas de comunicación social, entre las que distinguimos:

- Redes sociales, aplicaciones móviles y herramientas de difusión *online* (entre las que se incluyen gestión de perfiles, webs y blog)
- Herramientas de trabajo y *software* colaborativo.
- Sistemas de almacenamiento *online* y de archivo audiovisual (*podcasting*).

3. Estos apartados se basan en Lucas (2014), adaptadas a las características del sector, en base a las reflexiones que derivan del propio estudio.

FIGURA 4. CUADRO SINÓPTICO DE LA PROPUESTA DE COMPETENCIAS Y CONTENIDOS FORMATIVOS

Competencias y habilidades	Propuestas de contenido teórico y práctico
Competencias para la comunicación social	Ética del medio comunitario Redacción y producción de contenidos “Media literacy” y legislación Uso de tecnologías emisión (radio y televisión) Utilización de equipos audiovisuales para la producción, grabación y edición Utilización de tecnologías para la producción y manejo de <i>software</i>
Competencias para la coordinación y gestión del medio	Participación comunitaria y trabajo en red Gestión de proyectos Gestión de recursos económicos Dinamización de grupos
Competencias tecnológicas	Redes sociales y herramientas de difusión online Aplicaciones móviles Herramientas de trabajo colaborativo Sistemas de almacenamiento <i>online</i> Sistemas de archivo audiovisual (<i>podcasting</i>)

Fuente: Elaboración propia

En definitiva, queda un largo camino por recorrer en el campo de la definición de un marco homogéneo de competencias útil para los medios del Tercer Sector, un marco al que, como investigadores, podemos y debemos contribuir pero sobre el que, finalmente, serán las propias iniciativas y/o sus redes las encargadas de diseñarlo e implementarlo en sus respectivos proyectos. En todo caso, coincidimos con nuestros colegas europeos en señalar la extraordinaria singularidad de los medios comunitarios, que se evidencian como un territorio mucho más diverso y complejo que el de medios de titularidad pública o privada-comercial. No hay dos iniciativas iguales, puesto que todas son construidas desde la base, diseñadas por las personas colaboradoras y participadas por la sociedad. Estos factores los convierten, por otra parte, en proyectos únicos en el propio universo de los medios de comunicación, puesto que, y también a diferencia de los medios anteriores, los proyectos comunitarios se rigen por criterios de finalidad y cambio social y han de atender por tanto a las demandas y necesidades de su comunidad de referencia. Finalmente, los medios alternativos y comunitarios son -y pueden serlo todavía más- herramientas de alfabetización mediática, que capaciten a la ciudadanía para no solo ser receptora crítica de información sino para convertirse en “constructora” y creadora de contenidos informativos, culturales o educativos (Lema Blanco, 2015).