



**XVI CONGRESSO INTERNACIONAL  
GALEGO-PORTUGUÊS DE PSICOPEDAGOGIA**  
1, 2 e 3 de setembro de 2021, UMinho, Braga, Portugal

**ATAS**

Associação Científica Internacional de Psicopedagogia (ACIP)  
Universidade da Corunha, Universidade do Minho

Formación y capacitación mediática en los medios de comunicación  
comunitarios: una propuesta de itinerario formativo

Media education and training in the Community Media Sector: a proposal for a  
training itinerary

Isabel Lema-Blanco (<https://orcid.org/0003-2965-8052>)

\*Universidade da Coruña

Este trabajo ha sido parcialmente financiado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud y apoyado por la Red de Investigadores en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP).

## Resumen

El presente artículo pretende profundizar en el conocimiento del papel de los medios alternativos, libres y comunitarios como herramientas de capacitación mediática. Se presentan las conclusiones de un estudio sobre la participación de los jóvenes en el Tercer Sector de la Comunicación en España que analiza, a través de una combinación de métodos de investigación (encuesta, grupos focales, análisis documental y entrevistas), los procesos de formación y aprendizaje en las radios y televisiones libres y comunitarias, en la que participaron 54 medios españoles. Entre los principales hallazgos destaca el potencial de estos medios como contextos de experimentación *in situ* para jóvenes y adultos, que promueven, a través de formatos de aprendizaje entre pares, y *learning by doing*, la adquisición de conocimientos, destrezas y competencias mediáticas para el ejercicio de su derecho a la comunicación, en un sentido crítico y participativo. El estudio concluye que el sector de medios comunitarios adolece, no obstante, de una falta de estrategia de educación mediática que permita converger con los medios comunitarios europeos, quienes han venido desarrollando en la última década distintos proyectos de innovación en el campo del aprendizaje de adultos orientados a las capacitación de trabajadores y voluntarios. Por ello, el artículo finaliza con 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.

*Palabras clave:* Formación y capacitación mediática, media literacy, Radios libres y comunitarias, Tercer Sector de la Comunicación.

## Abstract

This article aims to deepen on the role of the Spanish alternative, free and community media sector as media training tools. The conclusions of a study on the participation of young people in the Third Sector of Communication in Spain is presented. Following a multi-method approach, which combines survey, focus group, documentary analysis and interviews, the study explores training and learning process in free and community radio and television, in which 54 Spanish media participated. The main findings stress the potential of community media as contexts for hands-on experimentation for young people and adults. Community media promote, through peer-peer learning and learning-by-doing formats, the acquisition of knowledge, skills and media competencies for the exercise of their right to communication, from a critical and participatory approach. The study argues that the community media sector suffers, in general, from a lack of a media training strategy that allows it to converge with the European community media, who have been developing, in the last decade, different innovation projects in the field of adult learning, designing specific training itineraries for community radio workers and volunteers. Therefore, the article concludes with a proposal for a training itinerary for the improvement of education-learning processes in community media from the perspective of communication for social change.

*Keywords:* Media education and training, media literacy, free and community radios, Third Media Sector.

Los medios de comunicación social son poderosas herramientas de influencia colectiva que desempeñan, en los sistemas democráticos, el papel de observadores críticos de la realidad y que ostentan la capacidad de influir en la opinión pública, pudiendo, incluso, producir cambios políticos de gran alcance (Lewis 2015). La proliferación de las nuevas tecnologías de la información ha generado cambios decisivos e irrevocables en los procesos de comunicación a nivel global (Castells, 2008). Por ello, instituciones como la UNESCO han puesto el foco en la necesidad de empoderar a las personas proporcionándoles las competencias adecuadas para comprender el papel, las funciones y las condiciones en las que funcionan los medios de comunicación (Grizzle et al. 2013). El concepto de alfabetización mediática se ha definido como “la capacidad de acceder, analizar, evaluar y crear mensajes en una variedad de contextos” (Livingstone, 2004), e incluye las competencias esenciales -conocimientos, habilidades y actitudes- que permiten a los ciudadanos interactuar con los medios y desarrollar el pensamiento crítico para convertirse en ciudadanos activos (Wilson, 2011).

La alfabetización mediática ha sido abordada principalmente en el contexto educativo, dirigida a un público escolar y universitario, sobre la base de la estrategia de la UNESCO para tratar la alfabetización mediática e informacional (Wilson et al., 2019). Sin embargo, como las personas están aprendiendo constantemente, la alfabetización mediática a menudo se ha llevado a cabo en comunidades locales fuera de la educación formal e informal, a través de los medios locales o de proximidad (Chaparro, 2014). Como señala Peter Lewis (2008), los medios comunitarios juegan un papel relevante como espacios informales para la alfabetización mediática y el empoderamiento social. En el contexto español, la investigación pionera “La juventud y el tercer sector de la comunicación en España” ha mapeado las experiencias del tercer sector mediático (Barranquero, 2016), explorando de manera holística la visión, misión, objetivos, modelos de funcionamiento y factores que influyen en la sostenibilidad del tercer sector, siendo uno de los primeros estudios en analizar los procesos de formación y aprendizaje en las radios y televisiones libres y comunitarias (Lema Blanco, 2015, 2018).

El presente artículo presenta las conclusiones de dicha investigación y se estructura de la siguiente manera: en primer lugar, se realiza una revisión de la literatura científica sobre el fenómeno de las radios y televisiones libres y comunitarias en el contexto español. Seguidamente se presentan los resultados del mencionado estudio, realizado a una muestra de 54 emisoras de radios libres y/o comunitarias. El estudio adoptó un enfoque mixto, con una combinación de técnicas cuantitativas (encuesta *online* a un total de 54 medios) y cualitativas, como revisión documental, entrevistas informales a informantes clave y cuatro grupos focales en los que participaron un total de 28 personas (para una descripción detallada de la

metodología véase Barranquero, 2016, y Lema-Blanco et al., 2016). El artículo concluye con una serie de recomendaciones para la mejora de los procesos de educación-aprendizaje en medios comunitarios y una propuesta de itinerario formativo desde la perspectiva de la comunicación para el cambio social.

### **Las radios y televisiones libres y comunitarias en el contexto español**

Los medios de comunicación comunitarios -también denominados medios asociativos o ciudadanos- se caracterizan por ser medios de titularidad privada, sin fines lucrativos y cuya misión principal es la satisfacción de las necesidades de comunicación de las comunidades locales. Se caracterizan por favorecer la participación de la ciudadanía tanto en la propiedad del medio como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación del mismo (AMARC 2010). Los medios comunitarios han sido reconocidos internacionalmente como contrapeso frente a la excesiva concentración de la propiedad de las empresas mediáticas, así como instrumentos eficaces para reforzar la diversidad cultural y lingüística de las regiones (Lema-Blanco y Meda 2016), mejorar la cohesión social y promover procesos de capacitación, alfabetización y empoderamiento mediático (Lewis, 2008; Lema-Blanco 2015, Lema-Blanco et al. 2016). Por ello, diferentes instituciones internacionales como la ONU, la UNESCO, el Consejo de Europa o el propio Parlamento Europeo han recomendado a los estados su protección y promoción, instándoles a que pongan a su disposición las herramientas necesarias para que éstos puedan desempeñar de manera adecuada sus actividad. No obstante, como concluyen García y Lema Blanco (2021) y Lema-Blanco (2020), estos medios no cuentan en España todavía con un estatus legal estable que garantice sus derechos de emisión, a diferencia de sus homólogos europeos.

En España, existen más de una centena de radios y televisiones libres, comunitarias y de titularidad ciudadana con presencia en un buen número de ciudades y pueblos del territorio español. No obstante, a pesar de su extensa proliferación desde la transición española, este fenómeno ha sido objetivo de estudio por parte de la academia de manera muy reciente y únicamente por un número reducido de autores, que ha cartografiado el sector (Vilar Sastre, 2016; Barranquero y Montero, 2016) y ha sistematizado dichas prácticas de comunicación ciudadana (Barranquero y Sáez Baeza, 2021). Dichos estudios han identificado como características definitorias del sector de los medios comunitarios españoles su fin no lucrativo y su esfuerzo por realizar una comunicación de proximidad, dando protagonismo a las personas, colectivos y realidades de sus localidades e referencia. Estos medios parecen poner especial atención a la información independiente, a las culturas locales y minoritarias y todo tipo de manifestaciones contraculturales (Pérez Martínez, 2020).

Los medios comunitarios han puesto a disposición de la ciudadanía sus recursos, dando acceso a colectivos habitualmente excluidos, infrarrepresentados o estereotipados en los medios convencionales, como es el caso de las mujeres, los jóvenes o la infancia, colectivos vecinales, comunidades educativas, movimientos sociales, ONGs, o personas con diversidad funcional (Lema-Blanco, 2018). Algunos autores han destacado el papel ejemplificante de las prácticas comunicativas comunitarias desarrolladas por personas con enfermedades mentales (Sande y Leal, 2015, García y Meda, 2012), personas presas en cárceles (Contreras et al, 2015), o personas sin techo (Lema-Blanco, 2018), que contribuyen a derribar prejuicios y autoestigmas. En su actividad diaria, dichos radios y televisiones parecen favorecer procesos de alfabetización mediática y de empoderamiento, tanto a nivel individual como colectivo, de las personas participantes (García y Meda, 2012).

En conclusión, los estudios mencionados arrojan evidencias empíricas de las potencialidades de los medios del tercer sector de como herramientas formativas a disposición de la ciudadanía en general y, particularmente, de los movimientos sociales y las instituciones. Por consiguiente, será objeto de esta investigación conocer en profundidad como dichos procesos de formación y aprendizaje surgen y se reproducen en el seno de estos medios alternativos, mayoritariamente autoorganizados y sustentados en la participación voluntaria de sus asociados y asociadas.

### **Procesos de formación y aprendizaje en los medios comunitarios**

Con el objeto de conocer el nivel de importancia que las radios y televisiones libres y comunitarias españolas atribuyen a los procesos de formación y aprendizaje se realizó una encuesta online contestada por 54 medios. Los resultados del cuestionario muestran, en primer lugar, que el 79,6% de los medios encuestados desarrollan algún tipo de actividad formativa de carácter interno. Dichas actividades están orientadas principalmente a la capacitación mediática de nuevos miembros. Este tipo de formación está motivada principalmente por el perfil de personas participantes en dichas radios y televisiones que, a diferencia de los medios profesionales o tradicionales, están conformados por personas de todo tipo de procedencia pero que, en su mayoría, no tiene formación en comunicación o periodismo aunque, no obstante, quieren ejercer su derecho a la comunicación.

Los procesos de formación interna se enfocan, frecuentemente, a la transmisión, por parte de los voluntarios de la entidad, de conocimientos conceptuales y habilidades técnicas para que los nuevos asociados o voluntarios puedan desarrollar de manera autónoma sus propios proyectos audiovisuales, mayoritariamente la producción de programas radiofónicos o edición de *podcasts*, pues la producción televisiva alberga una mayor complejidad que implica la

participación de equipos técnicos más numerosos. Existiendo grandes diferencias entre los medios, las radios comunitarias suelen formar a sus asociados en temáticas como los principios del movimiento de medios comunitarios, aspectos legales y de derechos de comunicación, conocimientos de periodismo (ej. formatos radiofónicos, guionización, realización de entrevistas), producción radiofónica y postproducción.

Las habilidades tecnológicas y prácticas están relacionadas con el manejo de la mesas de sonido, programas de edición de audio, operativa tecnológica y el uso de los equipamientos técnicos e informáticos de la emisora. Solamente de manera puntual, y en un reducido número de los medios estudiados, la formación se orienta a adquisición de habilidades y destrezas como la gestión y la financiación de instituciones sin ánimo de lucro, habilidades de trabajo en equipo, facilitación de grupos, etc. Asimismo, estas prácticas de aprendizaje se combinan con experiencias de tutelado o “mentoring”, en las que socios experimentados asesoran y acompañan a los recién llegados en sus primeras experiencias mediáticas. Dicho aprendizaje *entre pares* es destacado como un aspecto muy significativo para los nuevos asociados, que permite el intercambio de conocimientos y experiencias de manera simultánea a la propia práctica comunicativa. Como señalaron algunos de los participantes en los grupos focales, “la práctica en sí misma se convierte en el método de aprendizaje más eficaz”.

Se ha indagado también acerca de si los medios comunitarios cuentan con procesos de formación estructurados o formalizados a través de programas o planes de formación. 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 ha encontrado un elenco de emisoras que han convertido la formación en una de las piedras angulares de su actividad. Existen ciertas experiencias dentro de la Red de Medios Comunitarios (REMC) de trabajo colaborativo hacia la construcción de un enfoque pedagógico común, inspirado en los procesos de aprendizaje colectivo (Catoira, 2015) pero que, no obstante, no han tenido resultados fructíferos hasta el momento. Se echa, por tanto, en falta una mayor estandarización de los planes formativos, así como una comprensión más holística de la formación mediática, que facilite la participación activa del conjunto de los asociados y voluntarios en la propia gestión del medio y en la misión transformadora a la que estos aspiran a desempeñar.

### **Propuesta de itinerario formativo para la comunicación para el cambio social**

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 comunitarios y

que se traducen en la adquisición por parte de los activistas (en calidad de asociados, voluntarios o personas en prácticas) de una adquisición significativa de conocimientos teóricos y habilidades prácticas que les permiten desarrollar 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 en Irlanda, han venido desarrollando, en las últimas décadas, distintos proyectos de innovación en el campo del aprendizaje de adultos, lo que les ha permitido diseñar itinerarios formativos específicos para los trabajadores y voluntarios de las radios y televisiones 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).

Si bien la homologación de condiciones de los medios comunitarios 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, por parte de sus miembros, una demanda creciente 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 formativas desarrolladas ya por los propios medios (no sistematizada ni documentada), y en base a los ambiciosos trabajos desarrollados por sus homólogos europeos (Lucas, 2014; COMEPEC, 2015), los itinerarios formativos que impulsen las radios y televisiones comunitarias deberían orientarse a garantizar la sostenibilidad

social, política y financiera de los distintos proyectos a lo largo del tiempo. Así, un potencial programa formativo se estructuraría en tres niveles o dimensiones: competencias para la comunicación social, competencias para la gestión comunitaria y competencias tecnológicas:

- Las competencias para la comunicación social incluyen aquellas habilidades directamente relacionadas con la creación y emisión de contenidos mediáticos y aspectos éticos de la comunicación de masas, enfatizando, las cuestiones relacionadas con la estructura y economía política de la comunicación en tanto que son creadores de discursos sociales y portadores de ideología e imaginarios.
- Las competencias para la coordinación y gestión del medio comunitario comprenden saberes y habilidades relacionadas con la participación comunitaria, la gestión de proyectos, la gestión de recursos económicos y financieros, y habilidades para la dinamización de grupos y gestión de conflictos.
- Las competencias de ámbito tecnológico tendrían como objetivo la adquisición de conocimientos y destrezas para el empleo del hardware y software necesarios para la producción audiovisual.

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 este trabajo pretende 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, es preciso 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. A diferencia de los anteriores, los proyectos comunitarios se rigen por criterios de finalidad y transformación 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).

### Referencias

- AMARC. (2010). *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual*. Buenos Aires: Fundación Ford.  
[http://www.amarc.org/documents/40\\_Principios\\_diversidad\\_pluralismo.pdf](http://www.amarc.org/documents/40_Principios_diversidad_pluralismo.pdf)
- Barranquero, A. (coord.) (2016). *La juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre adolescencia y juventud.  
[shorturl.at/oASU0](http://shorturl.at/oASU0)
- Barranquero, A. , & Montero, D. (2015). La elaboración de una cartografía sobre los medios del tercer sector en España. Descripción de un proceso de investigación colaborativa. *Revista Internacional de Pensamiento Político*, 10, 17-25.  
<https://www.upo.es/revistas/index.php/ripp/article/view/3583>
- Barranquero, A., & Sáez Baeza, C. (2021). *La comunicación desde abajo: Historia, sentidos y prácticas de la comunicación alternativa en España*. Madrid: GEDISA.
- Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política. *Telos*, 74(1-19).
- 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*, (12-14). A Coruña: Colectivo de Universitarios Activos.  
[goo.gl/I4xcMv](http://goo.gl/I4xcMv)
- Chaparro Escudero, M. (Coord.) (2014). *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Málaga: iMEDEA, COMandalucía y Luces de Gálibo.
- COMEPEC-Community Media, Professionnal Euro Certification (2015). *Un project Européen pour avancer sur un référentiel de formation pour les radios associatives et communataires en Europe*. Paris: Syndicat National des Radios Libres.  
[http://www.snrl.fr/Leonardo-Comepec\\_r51.html](http://www.snrl.fr/Leonardo-Comepec_r51.html)
- Contreras-Pulido, P., Martín-Pena, D. y Aguaded, I. (2015). Derribando el autoestigma: medios de comunicación en prisiones como aliados de la inclusión social. *Cuadernos.info*, (36), 15-26. doi: 10.7764/cdi.36.708
- García García, J. & 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). Madrid: GEDISA.

- 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.
- Grizzle, A.; Torrent, J. & 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). Göteborg: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media. [https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2013/04/Media\\_and\\_Information\\_Literacy\\_and\\_Intercultural\\_Dialogue.pdf](https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2013/04/Media_and_Information_Literacy_and_Intercultural_Dialogue.pdf)
- Lema-Blanco, I. (2015). 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. <https://doi.org/10.17979/reipe.2015.0.14.315>
- Lema-Blanco, I. (2018). 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: Cambridge Scholars Publishing.
- Lema-Blanco, I. (2018). 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). Ourense (Spain):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. [https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-09/Q46\\_Lema\\_ES.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-09/Q46_Lema_ES.pdf)
- 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. doi: <https://doi.org/10.3916/C48-2016-09>
- Lema-Blanco, I. & 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. <http://ecrea-radioresearch.eu/rss-journal/index.php/rssj/article/view/17>

- 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. <https://rm.coe.int/1680483b32>
- Lewis, P. M. (2015). Ausencia de discurso: el caso de la radio comunitaria. *Quaderns del CAC*, 41, vol. XVIII, 5-11.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The communication review*, 7(1), 3-14. <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>
- Lucas, E. (2014). *Volunteers in community radios in Europe. Job Skills Portfolio. Partnership: "Forma Radio For Me". Sillé Le Guillaume: Radio Fréquence Sillé*. <http://frequence-sille.org/cooperation/les-productions-collectives>
- 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. <https://doi.org/10.12795/RiHC.2020.i15.05>
- 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). Braga: CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Universidade do Minho.
- Vilar Sastre, G. (2016). Mapa de actores, proyectos e iniciativas del tercer sector de la comunicación. En A. Barranquero (Coord.). *Juventud Española y los Medios del Tercer Sector de la Comunicación*, (12-15). Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. [shorturl.at/oASU0](http://shorturl.at/oASU0)
- Wilson, C. (2019). *Media and Information Literacy: Challenges and Opportunities for the World of Education*. The Canadian Commission for UNESCO's IdeaLab, November 2019.