

ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. EXPERIENCIAS, APRENDIZAJES Y POTENCIALIDADES PARA LOS MEDIOS COMUNITARIOS

ISABEL LEMA BLANCO (EDITORA)





CAPÍTULO III

**EXPERIENCIAS FORMATIVAS EN MEDIOS COMUNITARIOS:
HACIA UNA SISTEMATIZACIÓN METODOLÓGICA
DEL SECTOR**

Isabel Lema Blanco*Universidad de Coruña***Alejandro Blanco Vallejo***Red de Medios Comunitarios***David Jesús Gallego Roji***Red de Medios Comunitarios*

1. INTRODUCCIÓN

El concepto de alfabetización mediática hace referencia a la capacidad de las personas para acceder, comprender, y evaluar críticamente la información procedente de una diversidad de contextos mediáticos, así la competencia para construir nuevos conocimientos y difundirlos de manera eficaz a través de diferentes medios de comunicación social. Dentro de las entidades privadas que han dedicado importantes esfuerzos a la educomunicación destacan los medios comunitarios. Las televisiones y radios libres y comunitarias se han convertido en relevantes herramientas de empoderamiento comunitario que han impulsado, entre sus comunidades de referencia, procesos formales e informales de formación mediática y educación en medios, y cuyos esfuerzos han sido difundidos a través de redes regionales o internacionales como AMARC.

En el contexto español, 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 de la comunicación, explorando los procesos de formación promovidos por medios alternativos, libres y comunitarios. Estos autores (Lema-Blanco 2015; Lema Blanco et al., 2016) ponían de relieve que los medios libres y comunitarios acostumbraban a desarrollar procesos de formación interna, dirigidos a sus miembros o a nuevos asociados, adoptando formatos más o menos estandarizados. Existiendo grandes diferencias entre cada medio en cuando a los objetivos, contenidos



y metodologías diseñadas para la implementación de dichos procesos de formación mediática, estas emisoras de radio ofertan contenidos de tipo teórico-conceptual que versaban sobre comunicación comunitaria, periodismo y producción radiofónica, así como enseñanzas prácticas dirigidas a la adquisición de habilidades de tipo técnico, como el manejo de los equipamientos técnicos o de los recursos informáticos de la emisora.

Aunque en los medios comunitarios predomina la ejecución de acciones formativas de carácter internos -como los talleres de iniciación a la radiodifusión-, combinados con una labor de tutelaje y acompañamiento de nuevos proyectos radiofónicos (Lema-Blanco, 2015), se han encontrado también experiencias de colaboración entre las radios comunitarias y un buen número de entidades externas, sociales y educativas, gracias a las que diferentes grupos de jóvenes y adultos han podido participar en novedosos procesos de formación-aprendizaje en medios. Como resultado de la sistematización de este conocimiento, algunos medios han elaborado y publicado recursos didácticos como, por ejemplo, el “Manual de Alfabetización Mediática: Toma las Ondas” de Onda Color (2017), el “Manual de Radioteatro de Radiópolis” (2018), el “Manual de Ficción Sonora de Onda Color” (2018) o el “Módulo sobre Periodismo y Producción Radiofónica” de Cuac FM (2018), todos ellos recogidos en la página Web de la Red de Medios Comunitarios (ReMC).

No obstante, algunos estudios destacan la importancia de los procesos de aprendizaje social que se producen en el seno interno de estos medios (Barranquero et al., 2015; Lema Blanco et al., 2016) y que, por ende, es a través de la práctica, del “aprender haciendo” y de la implicación activa en la gestión y en los procesos de toma de decisiones colectivas que las personas radioactivistas desarrollan y mejoran sus capacidades mediáticas, así como un elenco de actitudes y competencias sociales y emocionales fundamentales para el buen hacer del medio (Barbas y Martínez, 2020; Martínez y Barbas, 2021).

La nueva Ley 13/2022, de 13 de julio, General de la Comunicación Audiovisual, que define a los medios comunitarios como “servicios de carácter no económico” prestados por entidades privadas sin ánimo de lucro, que ofrecen contenidos de proximidad, establece en su artículo 10 que los medios de comunicación -incluyendo explícitamente a los medios comunitarios- “deberán adoptar medidas para la adquisición y el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática en todos los sectores de la sociedad, para los ciuda-



danos de todas las edades y para todos los medios, y evaluarán periódicamente los avances realizados” (Lema-Blanco, 2023).

Atendiendo a lo establecido en la nueva ley, se considera preciso iniciar, dentro del sector de medios comunitarios y, específicamente, en el entorno de la ReMC, un proceso de reflexión interna acerca de las oportunidades que el impulso de la alfabetización mediática puede significar para este tercer sector. Para ello es necesario realizar un proceso de diagnóstico interna acerca de las fortalezas y debilidades existentes, con el objetivo de ser capaces de responder a las necesidades de capacitación de los grupos y comunidades que componen estas entidades -y no solamente de los nuevos asociados y voluntarios-, y que son corresponsables de la buena gestión y el adecuado funcionamiento de las mismas.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo de este trabajo es conocer los procesos y proyectos de formación desarrollados en el seno de las emisoras de radio y televisiones comunitarias que conforman la Red de Medios Comunitarios (ReMC). Para ello, se definieron los siguientes objetivos específicos:

>> Conocer la implicación de los medios comunitarios en el desarrollo de acciones, programas o proyectos de alfabetización mediática e informacional

>> Indagar acerca de las características de dichos proyectos formativos, poniendo el foco en los destinatarios, entidades colaboradoras y tipos de recursos que se han empleado.

>> Identificar las fortalezas y debilidades de dichos programas formativos y las potencialidades de la ReMC en la mejora de las acciones formativas desarrolladas por las entidades de la red.

Para alcanzar estos objetivos, se diseñó una encuesta online que se distribuyó a través del grupo de mensajería instantánea de la ReMC y se envió también a través de correo electrónico a las entidades asociadas para ser contestada por un responsable de cada medio. La encuesta constó de 13 preguntas, combinando preguntas en formato de respuesta cerrado y preguntas con formato abierto de respuesta. La encuesta fue cumplimentada en su integridad por un total de 23 emisoras comunitarias, con la siguiente distribución territorial:



> Comunidad de Madrid	7
> Andalucía	4
> Galicia	3
> Castilla y León	2
> Castilla la Mancha	2
> Comunidad Valenciana	2
> Euskadi	1
> Cataluña	1
> Asturias	1

3. RESULTADOS

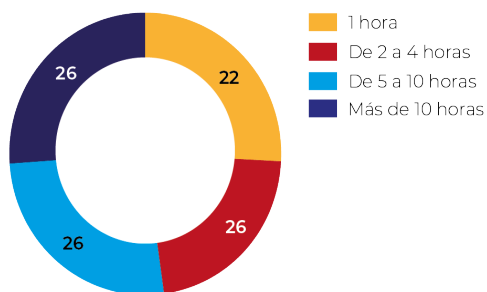
3.1. ACCIONES FORMATIVAS EN LOS MEDIOS COMUNITARIOS

Los resultados de la encuesta muestran que todos los medios que han respondido a la misma desarrollan algún tipo de actividad formativa dentro o fuera de sus entidades, relacionadas con la capacitación mediática. Siendo preguntados acerca de la duración de la formación de iniciación a la producción radiofónica o audiovisual, 5 medios (el 22% de la muestra) afirma desarrollar acciones formativas de 1 hora de duración, mientras que 6 dedican de 2 a 4 horas, otros 6 medios dedican de 5 a 10 horas y otros 6 medios desarrollan programas de alfabetización mediática con una duración superior a las 10 horas de formación (VER GRÁFICO 1).

GRÁFICO 1

Horas de formación inicial impartidas a los integrantes de proyectos radiofónicos de nuevo cuño.

Datos en %.



Pregunta: ¿Cuántas horas dedica tu medio a la formación inicial de un grupo antes de que empiece a hacer un programa o contenidos nuevos?

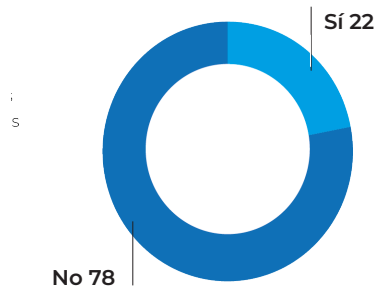


Tal y como ilustra el gráfico 2, los medios de la ReMC destinan la mayoría de sus esfuerzos a la ejecución de acciones formativas destinadas a nuevos socios o voluntarios, u orientadas a la iniciación en la producción radiofónica o audiovisual. Únicamente el 22% de los encuestados realizan formaciones destinadas al reciclaje de sus asociados, o a la especialización y mejora de las competencias de los miembros ya veteranos.

Las dinámicas de formación en medios comunitarios presentan muchas diferencias de unos medios a otros. Mientras que en unas emisoras el programa de formación está muy cerrado y sistematizado, en otras el proceso puede ser más informal. Esto se relaciona con el propio proceso que sigue la ciudadanía para acceder a realizar programas propios en las emisoras comunitarias. La formación es, como se ha indicado, un aspecto básico de esta iniciación, pero se integra en el proceso de manera diferente en cada caso. (VER GRÁFICO 2).

GRÁFICO 2

Formaciones de reciclaje o especialización en los medios comunitarios. Datos en %.



Pregunta: ¿Hacéis formaciones de reciclaje, de especialización o de actualización (diferentes a la capacitación inicial) para grupos ya veteranos de tu radio o TV comunitaria?

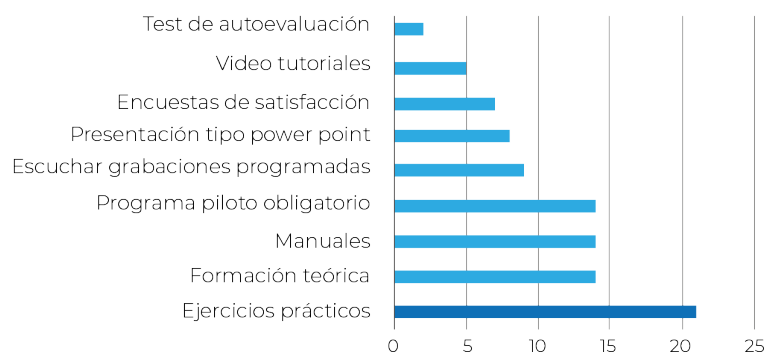
Los medios comunitarios de la ReMC parecen emplear una amplia diversidad de recursos didácticos para dinamizar sus formaciones combinando habitualmente clases teóricas (el 60%) con ejercicios prácticos (91%) de locución, producción, realización y manejo de equipos técnicos como la mesa de sonido, los sistemas informáticos para la emisión, etc., como muestra el gráfico 3. Esta formación se complementa además con la distribución de manuales o recursos audiovisuales para el autoaprendizaje y la mayoría de los



medios proponen también, como actividad obligatoria previa al comienzo de un nuevo programa la realización de un programa piloto tutelado por los formadores o por un miembro veterano del medio. Los videotutoriales y los test para la autoevaluación de conocimientos por parte del alumnado son los tipos de recursos menos empleados, pues únicamente el 22% y el 9% de los encuestados dispone de ellos.

GRÁFICO 3

Recursos empleados en las acciones formativas



Nota: Pregunta de respuesta múltiple: señala todos los recursos educativos que usáis en vuestras acciones formativas

Respecto de los recursos y aspectos de la formación inicial que son más valorados por el alumnado o que, según los formadores, aportan más valor a la acción formativa, los encuestados destacan de manera significativa las metodologías de enseñanza activa, a través de la realización de ejercicios prácticos, la realización de programas piloto acompañado del seguimiento o tutelaje por parte de otros miembros veteranos (ej. chat para dudas, mentoring). En mejor medida, se valoran positivamente también la formación teórica y los recursos para el autoaprendizaje, como son los manuales y los videotutoriales, como ilustra el gráfico 4.

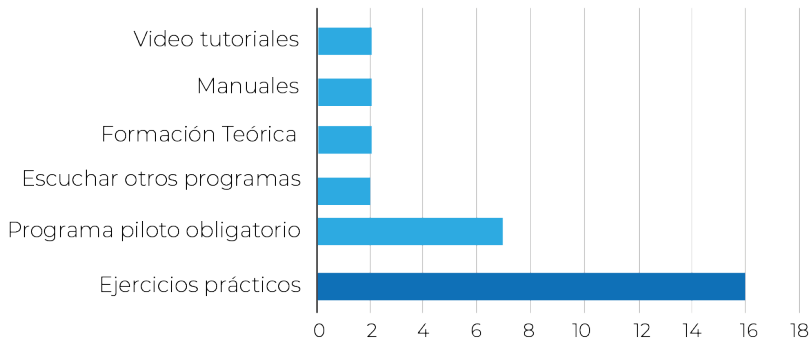
Siendo preguntados acerca de los aspectos de la formación inicial que creen que se debería perfeccionar, los participantes mencionan los recursos didác-



ticos como las presentaciones, los materiales interactivos y la duración de la formación, incidiendo en que la formación presencial tendría que ser mayor. En segundo lugar, se menciona la necesidad de mejorar las herramientas de evaluación y seguimiento y, en tercer lugar, se hace alusión a la necesidad de profundizar en ciertos conocimientos, como el manejo de los medios técnicos (ej. mesa de mezclas), las herramientas de difusión de los programas (ej. a través de las redes sociales o servicios de podcasting) o los conocimientos para la producción de formatos especializados como la radioficción.

GRÁFICO 4

Recursos más valorados por los participantes



Nota: Pregunta de respuesta múltiple: señala todos los recursos más valorados por el alumnado o que mayor valor aportan (1 o 2 opciones)

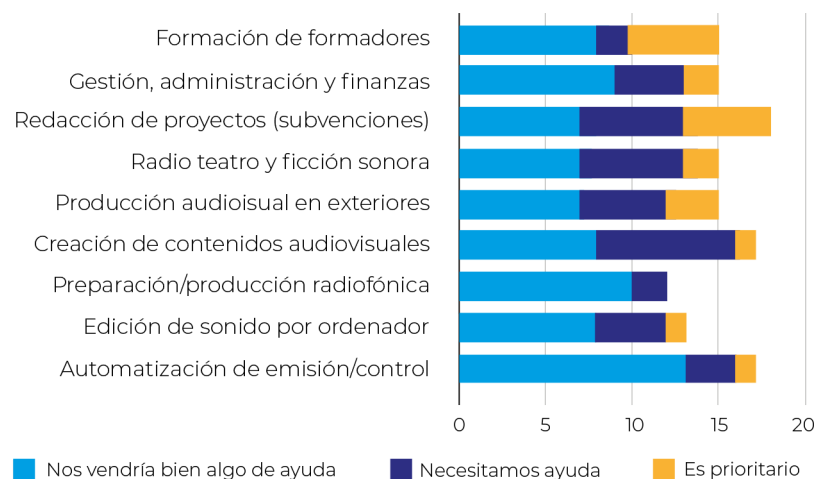
La encuesta también abordó las necesidades de formación interna identificadas en los propios medios, a través de una pregunta de respuesta múltiple (ver gráfico 5). Se observa que los participantes manifiestan un mayor interés en los aspectos técnicos - como la automatización de emisiones, la producción de programas fuera de los estudios del medio (en exteriores, en la calle)- que en los aspectos teóricos o comunitarios. Más del 50% de la muestra considera que precisaría una mejor formación en formatos como la ficción sonora o en edición de sonido por ordenador. En menor medida, estas entidades reconocen necesitar formación en materias como la elaboración de proyectos subvencionables o la formación audiovisual (gráfico 5). La participación de



la comunidad en la gestión de los medios comunitarios aparece como un aspecto secundario en los procesos de formación analizados. Esta dimensión se considera, embargo, esencial para el buen funcionamiento de un medio participativo y de gestión horizontal y su sostenibilidad a largo plazo.

GRÁFICO 5

Necesidades de formación interna identificadas en medios comunitarios



Nota: Pregunta: ¿Cómo de prioritario para uestro medio es mejorar la formación que hacéis en cada uno de estos apartados?

El presente trabajo confirma los datos de estudios previos como los de Barranquero et al. (2015) y Lema-Blanco et al. (2016) que apuntaban a que una treintena de los medios comunitarios y alternativos, tanto digitales como audiovisuales, habían establecido convenios de colaboración con entidades educativas (ej. universidades, institutos), administraciones públicas (ej. ayuntamientos) y ONGs y asociaciones para el desarrollo de actividades formativas. Así, el 57% de la muestra ha establecido acuerdos con otras entidades para la impartición de talleres y cursos de formación en medios que, además, les reportan ingresos económicos para el medio. Por ejemplo, emisoras como Onda Color u Onda Merlín Comunitaria realizan de manera estable



programas formativos en colaboración con centros educativos, asociaciones y empresas dedicadas a la formación o a la sensibilización de los jóvenes en diferentes ámbitos, para impulsar procesos de empoderamiento mediático que pueden desembocar en nuevos proyectos radiofónicos (ej. para la puesta en marcha de su emisora escolar).

3.2. POTENCIALIDADES DE LA RED DE MEDIOS COMUNITARIOS COMO AGENTES DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA

Desde una perspectiva supralocal y de trabajo en red, la Red de Medios Comunitarios ha favorecido el intercambio de materiales y recursos didácticos creando un repositorio propio en su página Web dedicado a la formación en radio. Pero ¿qué otras funciones puede desempeñar la ReMC? Siendo preguntados, los participantes en la encuesta sugieren cuatro posibles estrategias:

- >> Elaborar de nuevos materiales didácticos (ej. elementos multimedia, manuales y videotutoriales)
- >> Identificar y transferir buenas prácticas de unas asociadas a otras
- >> Organizar formaciones presenciales u online
- >> Dedicar personal laboral al campo de la formación de personas o grupos de personas en los medios comunitarios.

A partir de la autopercepción de cada medio de comunicación participante en la encuesta, las asociadas a la ReMC consideran que pueden aportar al resto comunicación sus manuales formativos y su experiencia práctica en la impartición de los talleres (algo que ya están realizando, en buena medida). Profundizando en sus fortalezas formativas, se destacan las siguientes:

- >> El manejo de las TIC aplicado a la comunicación comunitaria, la educación
- >> La producción de ficciones sonoras
- >> y la gestión de este tipo de organizaciones



Se desprende también un interés y cierto grado de sistematización en cuestiones poco habituales en los planteamientos de alfabetización mediática que otros organismos imparten, como la detección de bulos y medición de la calidad de contenidos informativos, existiendo en algunos medios comunitarios capacitaciones sobre formatos especializados y sobre gestión que podrían ser significativos en el desarrollo futuro del sector.

Sin embargo, 7 de los 23 participantes han manifestado poca capacidad para participar en proyectos formativos de la red. Esto puede ser debido a que ciertos proyectos se consideran poco capaces de aportar valor en el campo de la formación a los demás, tal vez porque se encuentran en una situación de debilidad interna. Esto muestra las dificultades de desarrollo del sector y señala un posible desarrollo a dos velocidades de los medios de comunicación comunitarios como agentes de alfabetización digital, que tanto las políticas públicas como la acción corporativa de la ReMC debería remediar.

4. CONCLUSIONES

Los medios de comunicación comunitarios juegan un papel clave en el ejercicio de la libertad de expresión de la ciudadanía pues es a través de ellos que la población tiene acceso directo a los medios de comunicación, creando y difundiendo conocimientos, discursos y contenidos alternativos o representativos de los grupos, comunidades o culturas minoritarias, que contribuyen al empoderamiento de las comunidades locales. Sin embargo, para hacer efectivo dicho derecho, es preciso que la ciudadanía y los grupos en los que ésta se organice, cuenten con las habilidades y competencias necesarias para crear contenidos mediáticos y audiovisuales de calidad, igual de atractivos que los difundidos a través de los medios convencionales. Dichas competencias mediáticas no son habitualmente desarrolladas a través de los contextos educativos formales (con la excepción de las escuelas de periodismo y similares), por lo que las emisoras comunitarias han venido desarrollando, en las últimas décadas, acciones formativas dirigidas a capacitar a sus integrantes en la producción y edición sonora y audiovisual, incluida el manejo de equipamientos audiovisuales y servicios de radiodifusión.

Asimismo, otras instituciones y organizaciones han puesto en valor dicho knowhow y las ha reconocido como entidades prestadoras de servicios de formación en alfabetización mediática, lo que ha repercutido en el fortaleci-



miento de estas iniciativas y de su impacto en la comunidad, contribuyendo a su sostenibilidad. La sistematización de estas prácticas formativas, y de las metodologías de enseñanza-aprendizaje empleadas por algunas de estas entidades, ha favorecido el desarrollo de programas de formación en medios que pueden superar las diez horas de formación en talleres de iniciación a la radiodifusión o la publicación de materiales formativos, manuales impresos o videotutoriales que facilitan los procesos de autoaprendizaje por parte de los nuevos comunicadores sociales y que son difundidos a través de las redes en las que éstas se organizan.

Este estudio arroja además varios aspectos que deben ser motivo de reflexión: en primer lugar, la mayoría de los medios encuestados (78%) no hace formaciones de reciclaje o de especialización, solamente propone formaciones de iniciación a la radiodifusión y similares. En segundo lugar, aunque más del 50% de medios encuestados obtiene ingresos económicos por servicios formativos, todavía hay un porcentaje elevado que no lo hace. Por consiguiente, es preciso profundizar en las causas y las necesidades de estos medios, con el objetivo de que, en el futuro, puedan impulsar procesos de alfabetización mediática entre sus comunidades de referencia.

En los últimos años se ha propuesto en el seno de la ReMC la posibilidad de contar con un espacio virtual de aprendizaje que pueda servir como complemento a las acciones formativas que realiza cada emisora. La puesta en marcha de un programa de estas características todavía se encuentra en una fase inicial, pero se desarrollaría a través de plataformas de uso libre y código abierto, que podrían incluirse en la propia web de la ReMC. También es necesaria la creación de un grupo de trabajo permanente y estable para que las personas responsables de la formación en cada una de las asociadas realicen trabajo en red y que pueda servir para transferir buenas prácticas y compartir experiencias. Este espacio podrá ser útil para convertir a los medios comunitarios en proveedores de formación en comunicación en diferentes ámbitos.

5. AGRADECIMIENTOS Y APOYOS

Los autores quieren agradecer la colaboración de las entidades pertenecientes a la Red de Medios Comunitarios (ReMC) que cumplieron la encuesta y contribuyeron a las discusiones mantenidas en la red sobre alfabetización mediática mostrando sus experiencias y reflexiones.



Referencias

- >> 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., y Sáez Baeza, C. (2021). La comunicación desde abajo: Historia, sentidos y prácticas de la comunicación alternativa en España. *Gedisa*
- >> Barranquero, A. Bergés, L., Candón, J. García-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.
- >> 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
- >> 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. (2023). Novedades en políticas de comunicación. Aprobada la nueva Ley 13/2022, General de Comunicación Audiovisual. En: RICCAP (Ed.), *Informe anual 2022. Prácticas e Investigaciones en el Tercer Sector de la Comunicación*, (pp. 5-8). Madrid: RICCAP
- >> 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.
- >> 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
- >> Red de Medios Comunitarios (ReMC). Formación en radio comunitaria. Página Web. <https://medioscomunitarios.net/formacion-en-radio-comunitaria/>