

Los medios de comunicación comunitarios como espacios de educación no formal para los/las jóvenes. Motivaciones, formas de participación y tipos de aprendizaje generados.

Lema Blanco, Isabel *
Universidade da Coruña (España)

Resumen

El Tercer Sector de la Comunicación reúne a los medios de comunicación social que son propiedad de la ciudadanía, de organizaciones y entidades sin ánimo de lucro, como ONG, asociaciones culturales, juveniles y vecinales, movimientos sociales, etc., que nacen con el objetivo de garantizar el acceso de la población a los medios de comunicación, preservando las culturas y las lenguas locales. También conocidos como medios comunitarios, el tercer sector se caracteriza, sobre todo, por estar abierto a la participación ciudadana y profundizar ideales como los derechos humanos, la democracia y el cambio social.

Las radios comunitarias son, en muchas zonas del mundo, los principales medios de educación social, capaces de llegar a un público masivo a un coste relativamente bajo. Un estudio reciente indica que existen casi 300 radios comunitarias o educativas (sin fines de lucro) en España, convirtiéndose en un mecanismo importante para reforzar y fortalecer las expresiones culturales, las identidades y el aprendizaje social, especialmente dentro de los voluntarios y directivos de este medio de comunicación.

Este trabajo presenta los resultados de una investigación cualitativa realizada en 15 comunidades autónomas con el objetivo de realizar un "mapeo" de la situación de los medios comunitarios en España, analizando, especialmente, la participación de los jóvenes en elaboración de contenidos y/o gestión de los medios comunitarios en España.

A través de una encuesta online (cumplimentada por 94 medios) y la celebración de tres "Focus Group" desarrollados en el año 2015 y que han involucrado a total de 28 jóvenes (16-35 años) de diferentes emisoras de radio. Este artículo analizará cómo los/las jóvenes se involucran en sus medios de comunicación, las tareas que habitualmente desarrollan en los mismos, y como transfieren a la esfera universitaria (en caso de estudiantes universitarios) y profesional (jóvenes ya incorporados al ámbito laboral) los conocimientos y habilidades adquiridas a través de su participación en los medios comunitarios. Más concretamente, se preguntó a los participantes acerca de los procesos educativos formales y no formales desarrollados en sus medios de comunicación, la evolución de sus habilidades, valores y motivaciones, así como los procesos de aprendizaje social que emergen de las interacciones entre los voluntarios y la comunidad local. Finalmente, se analizan las reflexiones de dichos jóvenes sobre los objetivos de los medios de comunicación social, la responsabilidad de los mismos con respecto a sus comunidades locales, describiendo las radios comunitarias como instrumentos educativos para el empoderamiento y la innovación social.

Palabras clave: espacios de educación no formal, medios de comunicación, radio educativa, radio comunitaria, aprendizaje social.

Este artículo presenta los resultados del proyecto de investigación "Los jóvenes y el tercer sector de la comunicación" financiada por la convocatoria de ayudas a la investigación 2014 del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. <http://jovenesytercersector.com/>

* Email: Isabel.lema@udc.es