

## 5. CONCLUSIONES (AMAL EL MOHAMMADIANE TARBIFT)

---

El Tercer Sector de la Comunicación, representado por una extensa diversidad de medios alternativos, comunitarios, libres o educativos, tiene como características definitorias la participación activa de la ciudadanía en las diferentes fases de un propio proyecto comunicacional, y la persecución de ideales de democratización, justicia social y sostenibilidad ambiental. El presente estudio nos ha permitido aproximarnos tanto a la fisonomía del ámbito como a su relación con la juventud española, indagando en dimensiones como sus vías de acceso y participación, las tareas en las que se implican y los procesos de enseñanza/aprendizaje que de estas derivan.

Gracias a un estudio cuantitativo realizado en las diferentes Comunidades Autónomas, el proyecto ha permitido trazar una cartografía pionera que incluye información relevante acerca de 94 medios de un total de 345 proyectos censados. La propia encuesta ha evidenciado patrones comunes que ayudan a interpretar el sector y entre los que se incluyen: origen y localización geográfica, misiones y valores, o modelos de organización, financiación y gestión.

Por otro lado, los grupos focales han demostrado que este tipo de iniciativas suelen ser desconocidas por parte de la sociedad en su conjunto y de los jóvenes a nivel particular. La principal razón es la ausencia de un marco jurídico que proteja y asegure la sostenibilidad política y económica de estos medios, un hecho que conviene solventar si tenemos en cuenta la extensa trayectoria de trabajo social en relación con las comunidades en las que estos medios se insertan.

Relacionado con esto último, los jóvenes manejan una visión propia del campo en la que suelen aparecer debates históricos como el de la propia financiación y la relación con otras entidades públicas, privadas y comunitarias. En las respuestas derivadas de la encuesta destacaban tres vías fundamentales de sostenibilidad económica, en este orden: los fondos públicos, las actividades culturales, festivas y lúdicas, y las cuotas de los socios. Este dato apela asimismo a una característica fundamental del sector: la fuerte presencia del voluntariado y del trabajo desinteresado tanto de jóvenes como de veteranos. El voluntariado es valorado positivamente en tanto que aporta fuertes cotas de dinamismo y compromiso social y, aunque se detecta una ausencia bastante marcada de trabajadores remunerados, son muchos los jóvenes que hoy se acercan a colaborar con los proyectos de manera altruista. No obstante, el voluntariado también genera vaivenes en la propia estabilidad de un sector, que, a todas luces, es débil en su estructura jurídica, máxime si la propia legislación no supone métodos propios para la adjudicación de licencias y existen condicionantes como el pago de tasas y cánones (a organismos como la SGAE o la AGEDI) que muchos medios no están en condición de asumir.

Por otro lado, y dada la desafección juvenil con respecto a los medios tradicionales, el estudio ha demostrado que muchos jóvenes encuentran en el Tercer Sector un espacio dinámico y creativo en el que desarrollar sus capacidades comunicativas y en el que valoran, sobre todo, la independencia y la pluralidad. En este sentido, la investigación demuestra que la elaboración de contenidos es la tarea más frecuentemente asumida, si bien los jóvenes suelen desempeñarse en todas las rutinas que atañen a estos proyectos: desde la búsqueda de fondos a la organización de eventos y talleres; las tareas técnicas y el uso de *software* a trabajos relacionados con la dinamización de las comunidades geográficas o de interés a las que estos medios apelan.

No obstante, su nivel de participación en la gestión y administración de los proyectos es bajo y esto tiene una explicación motivacional a la que se podría sumar otra relacionada con la marcada ausencia de salarios que permitan una dedicación plena a los proyectos. De hecho, la mayoría de los participantes en los *focus group* expresaron su deseo de que el sector pueda constituir una fuente de empleabilidad en el futuro y no solo un espacio en el que plasmar sus imaginarios y sensibilidades.

En relación con esto, el estudio concluye que los jóvenes suelen elaborar contenidos no exclusivamente orientados al público juvenil sino a la ciudadanía en un sentido amplio, o a comunidades específicas en torno a determinadas temáticas o aficiones. En esta línea, la tipología de programas y espacios es muy diversa y da cuenta de un sector heterogéneo en el

que conviven intereses culturales (música, cine, ciencia, etc.) pero también políticos y relacionados con la profundización en los derechos humanos.

En otro orden de cosas, los medios del Tercer Sector se constituyen como mecanismos de socialización y formación en distintos órdenes: comunicacionales, de trabajo en equipo, de ciudadanía y valores, etc. El estudio ha tenido como propósito analizar estos medios en tanto que instancias formativas y en la que destaca la labor histórica y más formalizada del medio radiofónico, en relación con la prensa o los proyectos *online*.

A pesar de que la mayoría de los jóvenes suelen recibir una tutorización inicial al entrar en el medio, los resultados del análisis cualitativo demuestran que, en su mayoría, los medios del Tercer Sector no han implementado planes integrales de formación que engloben los conocimientos que un individuo debe poseer para implicarse en el medio y elevar su capacitación humanística y profesional. La elaboración de planes formativos estratégicos como los que se esbozan en los apartados finales de este informe podría contribuir entonces a la propia consolidación del sector como un espacio de capacitación en periodismo y comunicación, y en valores como los del compromiso social, la solidaridad o la cooperación. Por otro lado, la formación es vital a la hora de que jóvenes y veteranos se sientan capacitados para practicar su derecho a la comunicación, trazar estrategias comunes de trabajo y plantear proyectos en red con otras entidades.

Esta investigación se ha reforzado con el diseño de un mapa pionero de los medios alternativos en España, que persigue, al menos, tres objetivos: facilitar la localización y las características fundamentales de estos proyectos; formalizar una base documental que ayude a ampliar el conocimiento del campo y a consolidar su memoria; y ayudar a las labores de investigación y divulgación. De hecho, en los meses venideros se difundirá la cartografía entre los diferentes agentes implicados a fin de socializar el conocimiento y de reforzar redes entre Academia, Tercer Sector y ciudadanía en general.

Por último, cabe destacar que, para los investigadores, el estudio ha significado un intenso proceso de aprendizaje, desde las fases de diseño a la propia elaboración de resultados y conclusiones. En este sentido, la propia composición del equipo, a medio camino entre lo académico y lo profesional-activista, también ha contribuido a reforzar el carácter de investigación-acción o intervención social del estudio, que esperamos que contribuya a la necesaria labor de legitimación de la función social y pedagógica del sector.