

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

ISABEL LEMA BLANCO (EDITORA)



Primera edición: febrero 2023

© Colectivo de Universitarios Activos

<https://cuacfm.org/>

Editora:

© Isabel Lema Blanco

Revisión de textos: Isabel Lema Blanco

Diseño y maquetación: Astrid Vilela Suquía

Diseño portada y contraportada: Mariano Fernández Cabarcos

Impresión: Gráficas Mera (A Coruña)

ISBN: 978-84-09-46958-1

Depósito legal: C394-2023

EDICIÓN NO COMERCIAL.

EJEMPLAR GRATUITO

Todos los derechos reservados.

Está prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio, en forma idéntica, extractada o modificada, en cualquier idioma, sin el permiso previo del Colectivo de Universitarios Activos o del autor o autora correspondiente.



ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

EXPERIENCIAS, APRENDIZAJES
Y POTENCIALIDADES PARA
LOS MEDIOS COMUNITARIOS

Isabel Lema Blanco
Editora



Ayuntamiento de A Coruña
Concello da Coruña

LISTADO DE AUTORES

- >> **María Barba Núñez.** *Universidade da Coruña.*
maria.barba@udc.es
- >> **Alejandro Blanco Vallejo.** *Onda Color.*
ablanco@ondacolor.org
- >> **Alejandro Barranquero Carretero.** *Universidad Carlos III de Madrid.*
abarranq@hum.uc3m.es
- >> **José Candón Mena.** *Universidad de Sevilla.*
jcandon@us.es
- >> **Roberto Catoira Viñán.** *Colexio Calasanz de A Coruña.*
rcatoira@gmail.com
- >> **Julio César Carballada Arias.** *Universidade da Coruña.*
julio.carballada@udc.es
- >> **Laura Cruz López.** *Universidade da Coruña.* laura.cruz@udc.es
- >> **Patricia Digón Regueiro.** *Universidade da Coruña.*
patricia.digon@udc.es
- >> **Ariana Fernández Palomo.** *Universidad de Santiago de Compostela.*
ariananieves.fernandez@rai.usc.es
- >> **María Soledad Galiana García.** *NEAR FM.*
sally@near.ie
- >> **David Jesús Gallego Roji.** *Onda Color.*
dgallego@ondacolor.org
- >> **Tajani García Aciego.** *Onda Color.*
tajanigaciego@gmail.com
- >> **Sara García Caballero.** *Universidad Carlos III de Madrid.*
gcaballe@hum.uc3m.es
- >> **Juan José García Rodicio.** *Universidade da Coruña.*
j.garcia7@udc.es
- >> **Roi Guitián Martínez.** *Agareso.*
epd@agareso.org
- >> **Yosehanna Ledesma Ramírez.** *Accem Galicia.*
yledesmar@accem.es
- >> **Isabel Lema Blanco.** *Universidade da Coruña.*
isabel.lema@udc.es
- >> **María Lobo Romero.** *Agareso.*
participacionagareso@gmail.com
- >> **Mariano Fernández Cabarcos.** *CUAC FM.*
MarianoCuac@gmail.com

- >> **José Emilio Pérez Martínez.** *Universidad Complutense de Madrid.*
joseempe@ucm.es
- >> **Raúl Rodríguez Ortiz.** *Universidad de Chile.*
raul.rodriguez@u.uchile.cl
- >> **Manuel Méndez López.** *Universidade da Coruña.*
manuel.mendezl@udc.es
- >> **Ponte...nas Ondas!** *Asociación Cultural e Pedagógica.*
pontenasondas@pontenasondas.org
- >> **Manuel Sánchez Vera.** *Onda Color.*
Manuelsv39@gmail.com
- >> **Clara de Vega Fernández.** *Institución Padre Rubinos.*
cvega@padrerubinos.org
- >> **Emma Velo Castro.** *Ecos do Sur.*
emma.velo@ecosdosur.org

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS

PRÓLOGO

I. ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: APRENDIZAJES DERIVADOS DE LA INVESTIGACIÓN SOCIOEDUCATIVA Y COMUNICATIVA

1. La trayectoria de las radios libres y comunitarias como escuelas de radio por y para la ciudadanía (1976-2022).
José Emilio Pérez Martínez. **21-29**
2. Cartografiando el Tercer Sector de la Comunicación en España.
Sara García Caballero, Alejandro Barranquero y José Candón Mena. **31-41**
3. Experiencias formativas en medios comunitarios: hacia una sistematización metodológica del sector.
Isabel Lema Blanco, Alejandro Blanco Vallejo y David Jesús Gallego Roji. **43-54**
4. El documental sonoro como herramienta de empoderamiento comunitario.
Raúl Rodríguez Ortiz. **57-68**
5. A través de las ondas con la Radiolibremente de la prisión de Monterroso. Experiencias de aprendizaje-servicio con alumnado universitario
María Barba Núñez, Patricia Digón Regueiro y Laura Cruz López. **71-92**
6. El tratamiento de la salud pública en los medios de comunicación comunitarios.
Isabel Lema Blanco. **85-97**
7. Teleclubs na Galicia rural (1964-1979). Un modelo moderno para un tempo de pedra
Juan José García Rodicio. **99-111**

II. EXPERIENCIAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA EN EL TERCER SECTOR SOCIAL Y COMUNITARIO

- 8.** Aprender con onda: apoyo al aprendizaje escolar en el territorio de Palma Palmilla, Málaga.
Manuel Sánchez Vera, Tajani García Aciego y Alejandro Blanco Vallejo. **115-127**
- 9.** Escuela de Familias: la radio como herramienta de participación inter-generacional para promover la diversidad cultural.
Yosehanna Ledesma Ramírez. **129-138**
- 10.** Radioactiva. La radio como herramienta de inclusión social.
Clara de Vega Fernández. **141-152**
- 11.** EPDLAB: Narrativas digitales y educación para la ciudadanía global.
María Lobo Romero y Roi Guitián Martínez. **155-167**
- 12.** Ciberrespect, un proyecto de narrativa, formación y activismo para combatir el odio y la discriminación sociales.
Emma Velo Castro. **169-178**
- 13.** Onda ODS. Un proyecto de divulgación de la Agenda 2030 a través de las radios locales y comunitarias.
David Jesús Gallego Roji. **181-189**

III. BUENAS PRÁCTICAS EN EDUCOMUNICACIÓN Y EMPODERAMIENTO MEDIÁTICO

- 14.** Alfabetización mediática: la experiencia de NEAR FM.
Sally Galiana García. **193-199**
- 15.** Radios, TV e novas tecnoloxías como recursos para a renovación da práctica escolar.
Asociación Cultural e Pedagóxica Ponte Nas Ondas. **201-207**
- 16.** A Fume de Carozo, o programa de radio do equipo de dinamización da lingua galega do colexio Calasanz A Coruña.
Roberto Catoira Viñán. **209-211**

17. La Ciencia es femenino. Un programa de radio para romper inercias informativas sobre ciencia con perspectiva de género.

Ariana Fernández Palomo.

213-217

18. Radio Sénior: un proyecto de alfabetización mediática de la Universidade Sénior de A Coruña.

Julio Carballada Arias y Manuel Méndez López.

219-221

AGRADECIMIENTOS

Los editores quieren expresar su agradecimiento al Ayuntamiento de A Coruña, sin cuyo apoyo económico no habría sido posible la organización del I Congreso Internacional de Alfabetización Mediática y Medios de Comunicación así como la edición de la presente publicación.

Agradecemos también el apoyo de las diferentes entidades científicas y que han colaborado formando parte del comité científico del congreso y cuyos integrantes han contribuido como autores o revisores de los capítulos de este libro: la Universidade da Coruña, la Red de Investigadores en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP), la Red de Medios Comunitarios (ReMC) y el Instituto de Estudios e Investigación Psicosocial Xoán Vicente Viqueira.

Finalmente los editores quieren agradecer a las personas que han participado en el comité organizador del congreso su imprescindible trabajo, gracias al cual este evento ha sido todo un éxito: Mariano Fernández, Fernando Souto, Tomás Legido, Chus Abeledo, Roberto Ansele, Paula Alonso, Roberto Catoira, Bea Ulalume, Miguel Anxo Facal, Noel Miguélez, Chema Casanova, Camilo Rey y Ariana F. Palomo. Muchas gracias.



PRÓLOGO

Isabel Lema Blanco y Mariano Fernández Cabarcos

CUAC FM

Querido o querida lectora, lo que tienes en tu mano o en tu pantalla es el resultado de un ilusionante proyecto impulsado por el Colectivo de Universitarios Activos en el pasado año 2022 y que contó con la imprescindible ayuda de un buen número de instituciones amigas, sin cuyo apoyo esta publicación no hubiese sido posible. Te encuentras ante un libro que recoge una selección de trabajos académicos, propuestas educomunicativas desde la investigación-acción participativas y experiencias en el campo de la comunicación impulsadas por diversas entidades educativas o del Tercer Sector. Todos estos trabajos y experiencias prácticas fueron primero presentados durante el I Congreso Internacional de Alfabetización Mediática y Medios de Comunicación: Experiencias, Potencialidades y Desafíos para los Medios Libres y Comunitarios, que se celebró en A Coruña (Galicia, España) en noviembre de 2022. Sus protagonistas pusieron voz y cara al ingente esfuerzo que hay detrás de los medios libres y comunitarios, de los centros educativos, de las organizaciones sin ánimo lucro y las instituciones sociales que, desde una pluralidad de contextos y ámbitos de intervención, promueven acciones de alfabetización en medios de comunicación.

UN POCO DE HISTORIA

Te preguntarás porque CUAC decidió promover un congreso de alfabetización mediática y medios de comunicación e invertir, seguidamente, esfuerzos en la edición de esta obra. Es por ello por lo que debemos hacer un poco de historia y presentar la trayectoria de esta asociación y emisora comunitaria como escuela de radio y asociacionismo. CUAC FM es la emisora comunitaria de A Coruña. Fundada en 1996, CUAC FM es propiedad de la asociación cultural CUAC -Colectivo de Universitarios Activos-, constituida en 1995 como una entidad privada sin ánimo de lucro, y entre cuyos fines figuran la creación, promoción y ejecución de todo tipo de actividades culturales, artísticas y recreativas -especialmente aquellas relacionadas con los medios- así como a desarrollar y defender el derecho a la libertad de expresión y el libre acceso a la información. A lo largo de estos 27 años de historia, CUAC ha



alcanzado un cierto nivel de reconocimiento social por emitir información de proximidad y dar protagonismo a las expresiones culturales locales y minoritarias, acogiendo un número de proyectos radiofónicos alineados con fines educativos o de inclusión social. En el año 2015 esta asociación inauguró su Escuela de Radio y Asociacionismo, con el objeto de estandarizar y mejorar sus metodologías aplicadas a los proyectos de formación en radio. A través de esta escuela hemos diseñado un plan de formación de iniciación a la radio-difusión, que se desarrolla anualmente en las propias instalaciones de la emisora. Esta actividad se complementa con la impartición de talleres de radio, formaciones técnicas y diversas acciones formativas que se realizan a través de colaboraciones con instituciones educativas y del tercer sector.

ALGO DE CONTEXTO

Muchas de las prácticas comunicativas y educativas recogidas en este libro son poco conocidas para la ciudadanía, lo que convierte estas páginas en un suceso de extraordinario valor. Ello es así porque el contexto político y normativo ha sido históricamente muy hostil a las radios y televisiones libres y comunitarias, desde los años 80 y hasta la actualidad, como apunta José Emilio Pérez en el primer capítulo que abre este libro. Este libro es un reconocimiento a todos esos proyectos ciudadanos que han perseverado en el esfuerzo de construir comunicación desde abajo y, especialmente, a los que han perecido durante esta larguísima travesía por el desierto que todavía continúa.

Hoy en día, y pese a las dos Leyes Generales de Comunicación Audiovisual aprobadas en 2010 y 2022, los medios audiovisuales comunitarios siguen sufriendo una situación de desamparo legal e indefensión, derivada de la actuación negligente de las administraciones públicas, que no han sido capaces en más de 40 años de democracia de reconocer y apoyar la labor social que estos medios desempeñan. Las limitaciones de facto al derecho a la ciudadanía a organizarse en medios de comunicación sin ánimo de lucro constituyen una anomalía democrática de primer nivel, en tanto que afecta a los derechos fundamentales y a las libertades públicas de las personas. Ante esta situación de desamparo, la Red de Medios Comunitarios ha venido desarrollando, desde 2005, un trabajo en red y de construcción colectiva ejemplar, sin el cual no habrían sido posibles ni siquiera los tímidos avances legislativos que se han producido de un tiempo a esta parte y que, esperemos, desemboquen algún día en una convergencia con los estándares europeos en la materia.



Tras años de lucha reivindicativa por ver reconocidos sus derechos de emisión, CUAC FM, al igual que el conjunto de emisoras y televisiones comunitarias sin ánimo de lucro, han encontrado en la nueva Ley 13/2022, de 13 de julio, General de Comunicación Audiovisual, una oportunidad para seguir contribuyendo a la formación mediática de la ciudadanía, en el marco de sus comunidades de referencia. La nueva Ley recoge expresamente que los medios de comunicación comunitarios deberán adoptar medidas para la adquisición y desarrollo de habilidades de alfabetización mediática de la población, aspecto fundamental para el desarrollo cultural y educativo de las personas y para la formación de una ciudadanía crítica y democrática. A través de las prácticas comunicativas que se desarrollan en los medios locales y de proximidad se logra fortalecer la comunicación intercultural y luchar contra el discurso del odio y los fenómenos de desinformación y manipulación de la información, como han señalado la UNESCO, el Consejo de Europa o el Parlamento Europeo. Ante este reto, los medios comunitarios deben también reflexionar acerca de los enfoques y metodologías más adecuadas encaminadas al desarrollo de las competencias mediáticas, que permitan a la ciudadanía utilizar los medios de forma segura, acceder a la información y analizarla críticamente, así como apropiarse de los medios de comunicación como espacios de creación cultural libre y participativa.

Y bajo este prisma, desde CUAC FM hemos querido habilitar un nuevo espacio de diálogo interdisciplinar que sirva para el intercambio de experiencias, conocimientos, abordajes y perspectivas. El resultado es este libro que trata de ser una herramienta para la reflexión y el aprendizaje colaborativo entre expertos, maestros y activistas en el campo de la educación, la comunicación y la cultura libre, todos ellos apasionados de la comunicación participativa.

ACERCA DEL CONTENIDO DE ESTE LIBRO

Hemos querido recoger en esta publicación la multidisciplinariedad y diversidad de aproximaciones existentes al estudio de la alfabetización mediática, poniendo el foco en aquellas experiencias educomunicativas impulsadas o desarrolladas a través de medios de comunicación alternativos y de proximidad. Por ello, el libro comienza con una primera sección denominada “Alfabetización mediática y medios de comunicación: aprendizajes derivados de la investigación socioeducativa y comunicativa” y que recoge siete artículos científicos que analizan la trayectoria del tercer sector de la comunicación.



José Emilio Pérez se centra en la trayectoria de las radios libres y comunitarias como escuelas de radio ciudadana, mientras Sara García, Alejandro Barranquero y José Candón presentan una metodología para la realización de una cartografía del tercer sector de la comunicación en España, que agrupa tanto estos medios audiovisuales como a nuevos medios impresos y digitales cooperativos y educativos. A continuación, Isabel Lema, Alejandro Blanco y David Gallego analizan las experiencias de formación en medios impulsadas desde en el marco de la Red de Medios Comunitarios, mientras que también en el contexto de la ReMC, Isabel Lema analiza las buenas prácticas radiofónicas dirigidas a la educación sociosanitaria. Desde Chile, Raúl Rodríguez nos presenta el documental sonoro y el radioteatro como metodologías exitosas para el empoderamiento comunitario en el contexto de las comunidades de afrodescendientes. María Barba, Patricia Digón y Laura Cruz nos muestran la experiencia de aprendizaje-servicio de RadioLibremente, un proyecto radiofónico impulsado en el penal de Monterroso. Desde otro prisma, Juan José García nos presenta un trabajo que analiza el papel de los teleclubes en Galicia como espacios para la educación de personas adultas en el contexto rural.

La segunda sección en la que se estructura este libro está compuesta por seis capítulos que abordan “experiencias de alfabetización mediática en el Tercer Sector Social y Comunitario”. La primera de ellas es autoría de Manuel Sánchez, Tajani García y Alejandro Blanco, quienes presentan la metodología del proyecto “Aprender con Onda”, de apoyo al aprendizaje escolar, desarrollado a través de la emisora comunitaria Onda Color, ubicada en el barrio malagueño de Palma Palmilla. Por su parte, Yosehanna Ledesma y Clara de Vega presentan sendos proyectos de empoderamiento mediático a través de las ondas de CUAC FM impulsados, respectivamente, por la ONG ACCEM-Galicia y la Institución benéfico social Padre Rubinos, mostrando cómo la radio puede ser una herramienta participativa, intergeneracional y facilitadora de procesos de inclusión social.

También en el ámbito radiofónico, el artículo de David Gallego sobre el proyecto “Onda ODS” nos acerca al papel de los medios locales como herramientas educativas y de sensibilización sobre los Objetivos del Desarrollo Sostenible. Esta sección culmina con dos experiencias de alfabetización mediática promovidas por sendas entidades del tercer sector: Emma Velo es autora del capítulo “Ciberrespect, un proyecto de narrativa, formación y activismo para combatir el odio y la discriminación” impulsado por la ONG Ecos do Sur a



través de las redes sociales. María Lobo y Roi Guitián nos presentan la metodología de “EPDLAB: Narrativas digitales y educación para la ciudadanía global” desarrollada por la ONG Agareso para trabajar con la población joven en el ámbito educativo formal.

Finalmente, la sección III del presente libro, recoge un elenco de “buenas prácticas en educomunicación y empoderamiento mediático” y que comienza con la veterana experiencia de NEAR FM, emisora comunitaria dublinesa que cuenta con un amplio bagaje en proyectos de alfabetización mediática, como nos presenta Sally Galiana. Desde el ámbito galego-portugués, el premiado proyecto Ponte Nas Ondas nos muestra una práctica ejemplar de empoderamiento mediático entre la juventud escolar. El libro finaliza con tres experiencias radiofónicas impulsadas desde A Coruña y que se emiten a través de CUAC FM: A Fume de Carozo, la Ciencia es Femenino y Radio Sénior. Roberto Catoira es el responsable de “A Fume de Carozo”, un programa de radio para la dinamización de la lengua gallega del Colegio Calasanz de A Coruña. Radio Sénior es un proyecto de alfabetización mediática impulsado por el alumnado de la Universidade Sénior de A Coruña (UDC), tal y como describen Julio Carballada y Manuel Méndez. Y concluye este libro La Ciencia es Femenino, un programa de divulgación científica con perspectiva de género, como relata Ariana Fernández Palomo.

SECCIÓN I.



ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA
Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

APRENDIZAJES DERIVADOS DE
LA INVESTIGACIÓN SOCIOEDUCATIVA
Y COMUNICATIVA



CAPÍTULO I

**LA TRAYECTORIA DE LAS RADIOS LIBRES
Y COMUNITARIAS COMO ESCUELAS DE RADIO
POR Y PARA LA CIUDADANÍA (1976-2022)**

José Emilio Pérez Martínez*Universidad Complutense de Madrid*

1. INTRODUCCIÓN

El presente texto pretende, por medio de un recorrido diacrónico, mostrar de qué formas las emisoras libres y comunitarias han constituido, desde su nacimiento y hasta hoy, verdaderas escuelas por y para la ciudadanía.

Nuestro punto de partida es que, a lo largo de estas cinco décadas y dependiendo siempre de cada una de las coyunturas históricas, estos medios han sido espacios de producción y reproducción de valores democráticos. Por ello, se han convertido en escuelas de ciudadanía, proyectos que a través de su praxis cotidiana hacen que sus integrantes —y aquellas personas que se acercan a los mismos— estén alineadas con la idea de la ciudadanía global crítica.

Es decir, estas radios han ayudado a promover una nueva percepción del ser ciudadano que “supera la restricción de las formas de participación centradas en el derecho al voto” y, a su vez, amplía esta “a la participación activa de las personas y colectivos en la transformación social, a la reivindicación de derechos”, centrandolo “la acción de la ciudadanía en torno a las necesidades de las personas”. Es más, La ‘ciudadanía global crítica’ plantea un modelo que se basa en la plena consciencia de la dignidad intrínseca al ser humano, en su pertenencia a una comunidad local y global. Desde este enfoque, el ciudadano es responsable y comprometido, a nivel personal y colectivo, con la transformación de la realidad local y global para construir un mundo más justo, equitativo y respetuoso con la diversidad y con el medio ambiente, en el que todas las personas puedan desarrollarse libre y satisfactoriamente (CEAR, 2022).

Comenzaremos, por tanto, dando unas pequeñas nociones de cuáles son los rasgos comunes y las diferencias de las radios libres y comunitarias, como elemento necesario para entender las particularidades de cada proyecto y, a



partir de ahí, delimitar las distintas formas en las que se han constituido como escuelas ciudadanas. Así, recorreremos a continuación las cinco décadas de existencia de estos medios, atendiendo a las características concretas de cada una de ellas y a cuáles creemos que fueron los aportes de estas emisoras en cada momento histórico.

2. LIBRES Y COMUNITARIAS, UNAS BREVES NOTAS DEFINITORIAS

Tal y como apuntamos más arriba es necesario definir qué es una emisora libre y qué es una emisora comunitaria, de cara a comprender mejor la complejidad del campo de la radiodifusión alternativa en el Estado español. Esta definición es necesaria porque a la heterogeneidad del propio movimiento hay que sumarle que la radiodifusión alternativa ha permanecido en nuestro Estado como un sujeto marginal dentro del campo académico. Esta realidad ha llevado, tradicionalmente, a ciertas confusiones, olvidos u omisiones que han difuminado los límites del movimiento.

De este modo, por un lado, las radios libres se han definido históricamente como proyectos no profesionales, sin ánimo de lucro, autogestionados, autónomos —en lo político y lo económico—, participativos, defensores de la democratización de la comunicación y, por supuesto, de libertad de expresión (Coordinadora de Radios Libres, 1983).

Por otro lado, las radios comunitarias son aquellas emisoras que tienen una finalidad social, que son participativas, sin ánimo de lucro, en cuyos programas no puede hacerse proselitismo —político o religioso—, que defienden la pluralidad, tienen un estatus asociativo, su financiación es coherente con sus principios y persigue, claramente, dar voz a su comunidad (Fernández, Lema y Catoira, 2016).

Si prestamos atención brevemente a las diferencias entre ambas, podemos ver que se centran en cuestiones relativas a su financiación y profesionalización. Por un lado, dentro del concepto de “financiación coherente”, las emisoras comunitarias contemplan recibir subvenciones de instituciones públicas, algo que las emisoras libres evitan por considerar que pone en peligro su autonomía; por otro lado, las emisoras libres defienden su “no profesionalización”, lo que implica una ausencia de trabajadores asalariados en sus emisoras, frente a la política de las radios comunitarias que, en ocasiones, sí cuentan con



trabajadores y colaboradores especializados. Son, sin embargo, sus puntos en común los que hacen que estos proyectos se hayan erigido, históricamente, en escuelas de radio por y para la ciudadanía, tal y como recoge el título del capítulo. Su carácter abierto y participativo ha permitido a la ciudadanía garantizar su derecho de acceso a los medios de comunicación social, lo que ha convertido a estas emisoras en herramientas clave para avanzar y profundizar en la alfabetización mediática de la sociedad española.

De esta manera, aumentan, de facto, el conocimiento ciudadano sobre los medios de comunicación —tanto sus procesos de producción y difusión, como las dinámicas de recepción—, al enseñar a las personas “cómo pueden gestionar su interacción con la información para lograr los resultados esperados en su vida social, política, económica y cultural” (UNESCO, 2020: 7). No obstante, más allá de esta evidente función educativa, creemos que, como consecuencia directa de sus características, las radios libres y comunitarias han ido un paso más allá. Su defensa de la autogestión y la participación activa, su pluralidad de voces y sus posicionamientos altermundistas, han hecho, a lo largo de los años, que estas emisoras se convirtieran en espacios de encuentro en los que muchas personas profundizaran en su percepción de la sociedad, aumentando así los límites de su propia concepción de la ciudadanía y la democracia.

3. CINCO DÉCADAS DE RADIODIFUSIÓN ALTERNATIVA

Queremos plantear, en este epígrafe, el recorrido diacrónico al que hacíamos mención más arriba y profundizar en algunas de las características del movimiento de radios libres y comunitarias en estas cinco décadas de existencia. Durante estos años se ha transitado, o al menos así lo han hecho parte de las emisoras que componen el movimiento, por tres formatos distintos atendiendo a los contenidos, composición y funcionamiento de los proyectos: una radio reivindicativa, una radio abierta y una radio inclusiva (García, 2017). Atenderemos, por lo tanto, a sus aportes, en tanto que escuelas por y para la ciudadanía, a la sociedad española en cada uno de estos periodos.

3.1. LA EDAD DE ORO (1976-1989)

Las primeras radios libres surgieron en el Estado español durante el proceso de tránsito a la democracia. Un periodo convulso y lleno de reivindicaciones



de carácter político, social y económico en el que, sin embargo, estas emisoras alcanzaron su máximo apogeo y expansión (Pérez Martínez, 2022). En consecuencia, las emisoras de esta primera etapa fueron, en líneas generales, “emisoras con un alto componente reivindicativo, vinculadas a organizaciones políticas donde sus protagonistas principales son activistas y militantes” (García, 2017: 34), de ahí la caracterización de radios reivindicativas.

La relación de estas emisoras con los nuevos movimientos sociales fue muy estrecha. Por un lado, muchos de sus integrantes provenían de otras luchas y movilizaciones —incluso hubo casos en los que dichas radios fueron creadas por asociaciones de vecinos, colectivos ecologistas o antimilitaristas. Por otro lado, las parrillas se llenaron de contenidos relacionados con todas las movilizaciones en curso. Así, de alguna forma, las radios libres fueron uno de los agentes que ayudaron a introducir estas luchas en la agenda pública.

Más allá de este hecho, creemos que es interesante señalar cómo la puesta en circulación de los principios y las reclamas de los distintos movimientos sociales dentro de la estructura de las emisoras habría permitido a sus integrantes acercarse a ellos y, por lo tanto, profundizar en esa ciudadanía crítica. Concebir las radios libres y comunitarias como espacios de sociabilidad nos permite entender que dentro de ellas personas con distintos niveles de conciencia entraban en contacto, produciéndose transferencias y aprendizajes. De este modo, una persona despolitizada que se acercase a la emisora de su barrio podía conectar allí con las luchas feministas o ecologistas, ampliando así su percepción de la realidad y pudiendo sumarse a las movilizaciones.

El apoyo de estas emisoras a las posiciones contrarias a la permanencia del Estado español en el entramado militar de la OTAN en el referéndum de 1986 fue un claro ejemplo de esta dinámica. Como respuesta a esta movilización, y a las presiones de las empresas privadas, el Gobierno del PSOE aprobó en 1987 la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT), condenando al cierre a muchas de estas emisoras, tal y como sucedió con el Plan Técnico Nacional de 1989, que vino a poner fin a la edad de oro del movimiento.

3.2. LAS DÉCADAS DE 1990 Y DEL 2002

Tras la expansión del periodo anterior, las radios libres y comunitarias entraron en una fase recesiva que las obligó a repensarse. La intensidad de las



movilizaciones de la década anterior había desaparecido y muchas emisoras cerraron para siempre tras el concurso de licencias de 1989. Aquellas que mantuvieron su actividad lo hicieron bajo el riesgo de sanciones administrativas y cierres.

Ante esta coyuntura las radios libres y comunitarias tendieron a repliegarse hacia sus barrios, lo que supuso un cambio de modelo hacia una radio abierta, como señaló García. Se refuerza la vertiente más cultural y de entretenimiento, de forma que “los protagonistas son los jóvenes del barrio y las distintas tribus urbanas que intercambian su música por medio de las ondas de radio” (2017: 34). Su lado reivindicativo perdió peso frente a una reconfiguración de muchos de estos proyectos en espacios de libre acceso, en receptores de propuestas de programas. No obstante, esto no significó dar la espalda a las distintas luchas de la década de 1990, como el movimiento de insumisión o la solidaridad con el alzamiento zapatista de 1994.

La década de los 2000 trajo para estas emisoras nuevos aliados: Internet y las nuevas tecnologías permitieron a estas radios ampliar su alcance gracias a realidades como el streaming. Esto permitió, de algún modo, remontar la mala situación en la que el movimiento había entrado en los años noventa, ya que, a pesar de la tolerancia de las distintas administraciones, su actividad seguía siendo ilegal.

Es importante señalar que es durante esta década cuando, gracias a experiencias internacionales como Radio La Colifata, las radios libres y comunitarias del Estado comenzaron a desarrollar una importante labor en el ámbito de la salud mental —Radio Nikosia, en Barcelona fue uno de los primeros ejemplos. El trabajo en este ámbito, sumado al ya realizado con otros grupos subalternos como las personas mayores, la juventud, las personas migrantes o las mujeres, fue un importante paso adelante en la construcción de ese modelo de radiodifusión inclusiva y en la consecución de una verdadera pluralidad de voces.

Este modelo inclusivo continuó las dinámicas de construcción de ciudadanía crítica previas, pues se caracterizó por: la convergencia de varias finalidades —acción política, cultura y entretenimiento, acción social y carácter educativo—; una mayor diversidad en su composición; incremento de la participación; un aumento en su nivel de inclusividad social —a través de la acogida de colectivos que normalmente tienen problemas para participar en su



comunidad—; y, finalmente, una mayor integración en las redes asociativas de su entorno (García, 2017: 37).

La superación del modelo más militante de la década de 1980 y el esfuerzo por conseguir una apertura total de los proyectos radiofónicos incidió, sin duda alguna, en un ensanchamiento de su rol de escuelas ciudadanas convirtiéndose en entornos de aprendizaje con una importante vertiente socioeducativa y un marcado “beneficio social”, fácilmente detectable cuando las observamos desde la óptica de la intervención sociocomunitaria para la superación de estigmas sociales (García, 2015).

3.3. DEL 2010 A LA CRISIS SOCIOSANITARIA DE LA COVID-19

El año 2010 trajo una importante novedad legislativa para el movimiento de radios libres y comunitarias: la Ley General de lo Audiovisual. Aprobada en marzo de dicho año, recogió algunas propuestas hechas por la Red de Medios Comunitarios (ReMC, red que coordina a las radios y televisiones comunitarias del Estado) destinadas a la reserva de frecuencias y a regularización de las emisoras existentes. Sin embargo, y a pesar de este reconocimiento, la falta de mecanismos que asegurasen el cumplimiento de la ley hizo que apenas se avanzara en esta dirección.

La apertura de un nuevo ciclo de movilización social el 15 de mayo de 2011 planteó un nuevo escenario para estas emisoras. A pesar de que las radios libres y comunitarias informaron en directo desde las acampadas de las plazas, cedieron equipos para montar emisoras y participaron de las propias movilizaciones, los indignados canalizaron su actividad “mediante el uso de las nuevas tecnologías y las redes sociales, alternando usos disruptivos de las tecnologías comerciales con el desarrollo autónomo de herramientas comunicativas” (García, 2021: 49). Así, tan solo dos nuevos proyectos de emisora cristalizaron al calor del 15-M: Ágora Sol Radio, en Madrid, y Radio Almaina, en Granada.

La falta de voluntad política para hacer cumplir la Ley General de 2010 provocó un repunte en la persecución y represión legal del movimiento. Radio Nava, emisora asturiana, fue expedientada y multada con 30.000€ en 2011 por la Dirección Provincial de Telecomunicaciones del Ministerio de Industria. En Cataluña Radio Pica recibió una multa de 60.000€ del mismo ministerio en 2012, mientras en 2014, La Tele era sancionada por la Generalitat. El año



2018 trajo un expediente sancionador de la Xunta de Galicia a CUAC FM, sin embargo, el recurso en el Tribunal Superior de Justicia de Galicia se saldó con una sentencia, un año más tarde, que llegó a declarar que “la actividad de la radio estaba amparada por la Ley Audiovisual y por la libertad de expresión” (García, 2021: 492).

Un escenario, el descrito en el párrafo anterior, que provocó que durante la década de 2010 las emisoras libres y comunitarias se desarrollaran de forma un tanto desigual, con proyectos que han gozado de una salud y envidiable y otros que, lamentablemente, han ido cerrando sus puertas ante la imposibilidad de mantener su actividad (Pérez Martínez y Reguero Jiménez, 2021: 84-89). Finalmente, las emisoras libres y comunitarias tuvieron que hacer frente a la crisis sociosanitaria provocada en marzo de 2020 por la pandemia de la COVID 19. Pese a todas las alteraciones que trajo consigo el momento de excepcionalidad sanitaria, las radios libres y comunitarias lucharon denodadamente por mantener su programación.

De este modo, en un contexto en el que la desinformación y los bulos —las famosas fake news— se convirtieron en otra epidemia, los medios libres y comunitarios continuaron con su propuesta de comunicación inclusiva. En sendos esfuerzos colaborativos tanto las emisoras comunitarias como las libres organizaron programaciones conjuntas con el objetivo de visibilizar realidades ignoradas por los medios generalistas y mantenerse como herramientas clave dentro de sus comunidades.

Así, desde la ReMC se lanzó el magacín semanal *El otro coronavirus*, mientras que desde las radios libres se organizaron cinco Cadenazos Ibéricos de Radios Libres. En ellos pudieron expresarse los colectivos más afectados por la pandemia, los barrios más olvidados, las personas más abandonadas por las distintas administraciones, mientras que se trataron temas que apenas se abordaban en los medios generalistas: la situación de la población reclusa, la violencia de género en confinamiento, el repunte de la LGTBIfobia y los derechos de las personas LGTBI, cuestiones de derecho laboral, económicas.

Con estos programas, realizados gracias a Internet y las nuevas tecnologías, las radios libres y comunitarias mantuvieron su vocación de escuelas ciudadanas. Con su labor continuaron asegurando el derecho de acceso de sus comunidades a los medios de comunicación social, defendieron el derecho a la



información y a la libertad de expresión y, finalmente, promovieron una comunicación otra basada en el respeto a los derechos humanos, contracorriente de la deriva de muchos de los medios generalistas.

4. CONCLUSIONES

Las radios libres y comunitarias han sobrevivido con distintos niveles de dificultad a los retos impuestos por la pandemia de la COVID-19 y, han hecho frente, en 2022, a los plazos y trámites de una nueva ley audiovisual que abre una ventana hacia su regularización. Un horizonte de posibilidades que, sin duda alguna, permitiría a estos medios continuar con su histórica labor de escuelas de radio por y para la ciudadanía (global crítica).

Porque, como señalara Krohling Peruzzo “la ciudadanía es conquistada y no un regalo de los gobiernos”. Es, precisamente, en este “proceso de movilización para la ampliación de la ciudadanía” donde estas emisoras despuntan, al contribuir al desarrollo social y local gracias a sus prácticas comunicativas (2006: 206). Tanto es así que no debemos olvidar que “el acceso del ciudadano a los medios comunitarios en la condición de protagonista es un derecho humano fundamental” (Krohling Peruzzo, 2006: 220), y es indudable, después de este recorrido, que las emisoras del Estado español han desempeñado este papel desde su aparición allá en los tiempos de la Transición democrática.

5. AGRADECIMIENTOS

Me gustaría recoger aquí mi profundo agradecimiento a CUAC FM y a Isabel Lema por haberme invitado a dar la ponencia inaugural del I Congreso Internacional de Alfabetización Mediática, cuya adaptación textual ocupa estas páginas. Las tres jornadas que duró el Congreso fueron un importante punto de encuentro de activistas y académicas, en el que socializamos saberes y aprendizajes y certificamos (si aún hacía falta hacerlo) que nuestros medios son igual de importantes y necesarios hoy que ayer.



Referencias

- >> CEAR (2022). Diccionario de asilo. CEAR.
- >> Coordinadora de Radios Libres (1983). Manifiesto de Villaverde.
- >> Fernández, M., Lema, I. & Catoira, R. (2016). Conceptos básicos sobre Medios Comunitarios. CUAC FM.
- >> García, J. (2015). Comunicación contra el estigma: la experiencia de las radios comunitarias en la Comunidad de Madrid en el ámbito de la salud mental. En: A.I. Arévalo Salinas, A. Irazo & R. Cabral (eds.), Comunicación, conflictos y cambio social (pp. 62-69). Universidad de la Frontera.
- >> García, J. (2017). Transformaciones y aprendizajes de las radios comunitarias en España: hacia un modelo de radio inclusiva. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 10(1), 30-41.
- >> García, J. (2021). 40 años de obstáculos a las radios comunitarias en España (1979-2021). Historia y Comunicación Social. 26(2), 487-497.
- >> Krohling Peruzzo, C. M. (2006). Radio comunitaria, educomunicación y desarrollo social. Contratexto, 14, 199-222.
- >> Pérez Martínez, J.E. (2022). La voz de las sin voz. El movimiento de radios libres entre la Transición y la época socialista (1976-1989). Sílex ediciones.
- >> Pérez Martínez, J.E. & Reguero Jiménez, N. (2021). Libres y comunitarias. Medio siglo de radio alternativa en España (1976-2020). En: A. Barranquero & C. Sáez (coords.), La comunicación desde abajo: Historia, sentidos y prácticas de la comunicación alternativa en España, (pp. 23-34). Gedisa.
- >> UNESCO. (2020). Normas mundiales sobre las directrices para la elaboración de planes de estudios de alfabetización mediática e informacional. UNESCO.



CAPÍTULO II

CARTOGRAFIANDO EL TERCER SECTOR DE LA COMUNICACIÓN EN ESPAÑA

Sara García-Caballero

Universidad Carlos III de Madrid

Alejandro Barranquero

Universidad Carlos III de Madrid

José Candón-Mena

Universidad de Sevilla

El Tercer Sector de la Comunicación en España comprende medios que operan al margen del sistema público y privado-comercial, y que ofrecen un altavoz a las preocupaciones y demandas de comunidades, movimientos y organizaciones sociales. Ensayando modelos alternativos de gestión, estructura o sostenibilidad, este ámbito comprende medios de tipo diverso, desde periódicos cooperativos sostenidos por sus trabajadores/as a radios y televisiones más o menos abiertas a recibir publicidad y subvenciones por cuanto supone a la hora de garantizar su servicio público y su apoyo a la comunidad.

En España, los últimos cambios regulatorios (LGCA 7/2010; LGCA 13/2022) han reconocido la importancia de un sector de medios no lucrativo. Sin embargo, estos marcos legales no han contribuido ni a la expansión del sector ni al fomento de un sistema de apoyo que garantice su pervivencia. A efectos prácticos, también resulta complejo censar y cartografiar a una extensa y variada gama de medios, sobre todo si tenemos en cuenta que el sector comprende muchas iniciativas locales arraigadas a barrios y comunidades que experimentan una difícil sostenibilidad económica y que se basan en la participación de voluntariado y en una difícil independencia respecto de poderes públicos o privados.

Este texto describe el intento pionero de mapear el sector a partir de la construcción de una base de datos lo más exhaustiva posible de este tipo de medios en España, que recoge tanto diversas formas jurídicas (asociaciones, fundaciones, cooperativas, etc.), como soportes (radio, prensa, televisión, etc.), o ámbitos de actuación (generales o sectoriales). El artículo forma parte de los



primeros resultados del proyecto de I+D “Sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación. Diseño y aplicación de indicadores” (SOScom) (PID2020-113011RB-I00 financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033), dirigido por Alejandro Barranquero y José Candón-Mena y compuesto, en su mayoría, por miembros de la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP).

1. INTRODUCCIÓN

Más allá de excepciones, la investigación comunicacional en España ha tendido a subestimar el papel de los medios alternativos como herramientas de cambio social y donde la libertad de expresión se ejerce desde diferentes espacios. El tercer sector refiere asimismo a medios y proyectos comunicacionales dotados de autogobierno y cuyo régimen de propiedad y gestión está a cargo de entidades privadas no lucrativas (ONG y ONGD; cooperativas; asociaciones; fundaciones; movimientos sociales, etc.).

El Tercer Sector de la Comunicación cumple una importante función de servicio público que, además de incidir en la integración de minorías, completa los escasos espacios de educación mediática que ofrecen entidades formales como universidades, escuelas o institutos (Lema et al., 2016). En los últimos años, ha aumentado el interés por sistematizar sus experiencias, por ejemplo, analizando el periodismo que practican o su modelo de organización y gestión (Atton, 2015; Downing, 2010).

En España, desde su creación en el año 2005, la Red de Medios Comunitarios (ReMC) ha contribuido a la consolidación del sector específico de los medios comunitarios, en particular, a través del lobby y la movilización política con objeto de garantizar un reconocimiento equilibrado por parte del Estado y las diferentes Comunidades Autónomas. La Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2010 (LGCA 7/2010) recogió por primera vez la denominación de “servicios audiovisuales comunitarios sin ánimo de lucro”, no sin importantes restricciones como límites en los gastos de explotación.

Cambios regulatorios recientes (LGCA 13/2022) introducen alguna mejora como, por ejemplo, la nueva posibilidad de obtener títulos habilitantes y licencias para ejercer sus servicios. Sin embargo, el sector no ha conseguido un esquema de financiación estatal público que garantice la pluralidad infor-



mativa y una equidad con respecto al sector público y comercial de medios.

El proyecto SOScom entiende por sostenibilidad la necesidad de contar con el apoyo continuo de determinados actores cuya participación y/o aportes resultan imprescindibles para que cualquier iniciativa se pueda mantener a largo plazo. Es por ello que se tiene presente que la sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación no solo depende de dimensiones económicas, sino que está, sobre todo, determinada por su finalidad social como servicio público.

Teniendo esta descripción en cuenta, la base de datos del proyecto SOScom servirá a modo de universo para pasar una encuesta que pretende evaluar la sostenibilidad de los medios alternativos españoles. A su vez, dicha encuesta parte de un diseño de indicadores sintéticos clasificados en seis grandes dimensiones que afectan su viabilidad:

>> 1. Económica, o modelos tradicionales de financiación -convocatorias públicas, publicidad, cuotas- y nuevas vías derivadas del uso de TIC (crowdfunding);

>> 2. Político-legal, o marco regulatorio y de políticas públicas relacionado con el régimen de propiedad de frecuencias, licencias e instalaciones; derecho de acceso, alfabetización mediática; publicidad institucional; etc.;

>> 3. Organizativa, o modelos y canales de organización y coordinación; toma de decisiones; gestión de los recursos humanos; aplicación de derechos laborales y del voluntariado; fomento de la motivación para la fidelización de donantes y/o voluntariado; transparencia; programas de formación y dinamización social; etc.;

>> 4 De Género e Interseccionalidad: pluralismo interno; políticas de género e inclusión; paridad; acceso y atención en los contenidos a poblaciones vulnerables en relación con la procedencia geográfica y cultural, la edad, la diversidad funcional, etc.

>> 5. Ecosocial, o recepción y participación de las comunidades locales; adecuación del medio a las necesidades sociales, culturales y lingüísticas del entorno; fomento de redes y sinergias con otros medios y organizaciones del sector público, privado y comunitario; impacto en el entorno natural, etc., y



>> 6. Comunicacional-Tecnológica: planes y estrategias de comunicación, innovación tecnológica y TIC, alfabetización digital, apropiación de las TIC, etc.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1. OBJETIVOS

Esta investigación tiene como objetivo fundamental la elaboración de un censo lo más completo posible de medios alternativos e iniciativas comunicacionales sin ánimo de lucro a lo largo de la geografía española. Para la categorización de estas iniciativas, se ha empleado el sistema de categorías ya testado en varios estudios (Barranquero, 2015; Barranquero y Candón-Mena, 2021; Lema-Blanco et al., 2016) que distingue 5 tipos de medios:

(i) Comunitarios, que, de acuerdo a definiciones internacionales (AMARC, 2009; UNESCO, 2008, entre otros) o de ámbito estatal (ReMC), están impulsados por organizaciones y colectivos no lucrativos (ONG, movimiento sociales, etc.), disponen de una gestión participativa, horizontal y carente de estructuras jerárquicas; están abiertos a distintas vías de financiación y profundizan en la construcción de democracia. En España, la principal federación desde 2005 es la Red de Medios Comunitarios (ReMC);

(ii) Medios Libres, que, conforme al Manifiesto de Villaverde (1983), enfatizan en el funcionamiento autogestionario y horizontal, rechazando cualquier forma de publicidad y ayudas de índole público para mantener su independencia. Están organizados por ejemplo en la Unión de Radios Libres y Comunitarias de Madrid (URCM);

(iii) Medios Educativos, que se suelen financiar con presupuestos de institutos y universidades, realizan una función de representación de su entidad gestora y facilitan la participación de la comunidad educativa para divulgar conocimiento. En el I+D solo se investigan medios de institutos de educación superior, FPO y universitarios. Estos últimos se integran en la Asociación de Radios Universitarias (ARU) y aún no han sido objeto de regulación;

(iv) Medios Cooperativos, basados en modelos de economía social y solidaria, atienden a problemáticas de interés humano, son propiedad de sus socios trabajadores y/o usuarios; se rigen por criterios asamblearios de toma



de decisiones y se dotan de mecanismos éticos para mantener su soberanía. Muchas de estas iniciativas han comenzado a organizarse en torno a la Red de Economía Social y Solidaria (REAS), que durante unos años contó también con su Foro de Comunicación de la Economía Social y Solidaria (ESS);

(v) Por último, con la denominación Otras Organizaciones y Prácticas del TSC se enmarcan las asociaciones y proyectos de tipo diverso cuya principal función es el fomento del derecho a la comunicación, la justicia social, la libertad de expresión y la visibilización de determinadas problemáticas o sectores como jóvenes, mujeres, migrantes, personas en cárceles o centros de salud mental.

2.2. METODOLOGÍA

El presente trabajo parte de técnicas cualitativas como la revisión documental (MacDonald y Tipton, 1993), principalmente basada en información contenida en páginas web y redes sociales. Desde estas premisas, se ha conseguido diseñar una base de datos exhaustiva que comprende más de cuatrocientos medios e iniciativas (424) que, a la finalización del proyecto, podrá ser consultada y ampliada por los/as propios/as activistas, profesionales y académicos/as del Tercer Sector de la Comunicación.

Para la construcción de la base de datos de los medios alternativos en España, se partió del censo y la cartografía digital creado con motivo del proyecto “Los jóvenes y el Tercer Sector de la Comunicación en España” (Barranquero, 2015), además de un listado actualizado en 2022 de los 30 medios que forman parte de la principal federación que hoy agrupa a estas iniciativas en España: la Red de Medios Comunitarios (ReMC). El mapa digital de 2015, compuesto de 345 medios, partió, a su vez, de diferentes listados emprendidos hasta esa fecha (Barranquero, 2015, pp. 6-7) como un censo personal de Javier García (utilizado como base para otros artículos: García García, 2013), un Listado de Medios Alternativos elaborado por WikiMPedia, un Directorio actualizado de Radios Libres del Estado Español elaborado por “A las barricadas”, y otro Directorio de Radios Libres, Alternativas, Comunitarias y Culturales de la red Nodo50.

El censo tuvo como finalidad abarcar el máximo número de medios e iniciativas posibles e incluyó tanto a medios tradicionales (prensa, radio y tele-



visión) como a nuevas expresiones en Internet (cibermedios, blogs, proyectos de cine comunitario o documental, proyectos fotoperiodísticos, plataformas de podcasts, entidades de carácter híbrido, etc.).

Para los proyectos digitales, se contemplaron exclusivamente iniciativas con cierta consolidación y una trayectoria calculada de, al menos, un año. Por otra parte, al hablar de Tercer Sector de la Comunicación, el universo comprendió tanto medios comunitarios como medios libres que no aceptan publicidad ni subvenciones, medios educativos (de escuelas, institutos y, sobre todo, universidades), y proyectos comunicacionales participativos gestionados en forma de cooperativa por parte de empresas de economía social. Asimismo, se determinaron como elementos centrales para su inclusión en el censo: 1) que los medios sean comunitarios y no iniciativas individuales; es decir, que estén, de una manera u otra, abiertos a la participación de la ciudadanía y comunidades de interés o adscripción; 2) y que persigan objetivos de transformación y justicia ecosocial.

A su vez, se diseñaron un conjunto de criterios de clasificación de la información censada, por lo que la base de datos final cuenta con trece apartados: Comunidad Autónoma, Provincia, Municipio, Nombre del medio, Formato, Categorización propia de RICCAP, Red a la que pertenece, Web, Email, Nombre de contacto, Teléfono y Dirección Postal.

Base de datos del proyecto I+D “Sostenibilidad de Tercer Sector de la Comunicación. Diseño y Aplicación de indicadores” (SOScom).

ID	CCAA	Provincia	Municipio	Nombre del medio	Formato	Anotaciones	Categoría	Red a la que pertenece	Pertenece a R Web
314	EUSKADI			Tolosádeko Atari	Radio		Cooperativa?	Arrosa	https://ataria.eus/
316	EUSKADI	Guipúzcoa	Donosti	Txin Takun Irratia	Radio		Libre		http://txintakun.com/
316	EUSKADI	Álava	Vitoria Gasteiz	Radio Siberia	Radio		Comunitaria y iReMC		https://www.iberiafm.es/
317	EUSKADI	Guipúzcoa	Zarautz	Arraio Irratia	Radio		Libre		http://www.arraio.eus/
318	EUSKADI	Vizcaya	Busturialdea	Bitxu Irratia	Radio		Libre	Arrosa	https://bitxuradio.eus/
319	EUSKADI	Vizcaya	Bilbao	Iroia Irratia	Radio		Usuario de Telt Libre	Arrosa	https://colortradio.org/
320	EUSKADI	Vizcaya	Bilbao	Pikara Magazine	Prensa		Cooperativa	REAS-Euskadi, Red Internacional de Periódicos de la Comunicación	http://www.pikaramagazine.com/
321	EUSKADI	Vizcaya	Lekielte	Arrakata Irratia	Documental				http://www.arrakata.eus/
323	EXTREMADUR	Badajoz	Badajoz	Onda Campus	Radio		Educativa (univAR)		http://www.ondacampus.es/
323	EXTREMADUR	Badajoz	Alburquerque	Radio Comarca de Alburque	Radio		La web no func Comunitaria		https://www.alburque.com/
324	GALICIA	A Coruña	Zafra	Planeteta Agua Radio	Radio		La web no func Comunitaria y iReMC		http://www.planeteta.com/
325	EXTREMADUR	Badajoz	Mérida	RFM (Radio Cronica)	Radio		Comunitaria	REGALIC/REMC/AMARC	https://www.rfm.es/
326	GALICIA	A Coruña	A Coruña	Cuaq FM	Radio		Comunitaria	REGALIC/REMC/AMARC	http://www.cuaqfm.org/
327	GALICIA	A Coruña	Ferrol	Radio Filisim	Radio		Asociación cult Comunitaria y REGALIC/REMC?	X	http://www.radiofilisim.com/
328	GALICIA	Pontevedra	Vigo	Radio Piratona	Radio		Libre	REGALIC	http://www.piratona.com/
329	GALICIA	A Coruña	Corme	Radio Roncudo	Radio		Comparten pro Libre y comunit REGALIC/REMC	X	https://radio.roncudo.es/
330	GALICIA	Lugo	Lugo	Radio Clavi	Radio		Llevar varios años sin publicar REGALIC		http://www.radioclavi.com/
331	GALICIA	A Coruña	Santiago de Compostela	Radio Kalmira	Radio		Desaparecida en 2017	REGALIC	http://www.kalmira.com/
332	GALICIA	A Coruña	Corcubion	Radio Neria	Radio		comparten pro Libre		http://radiонерия.blogspot.com/
333	GALICIA	Vigo		Radio Libre Vigo	Radio		Desaparecida No hay información		http://www.radiolibrevigo.com/
334	GALICIA	Pontevedra	Pontevedra	Agareno	ONG		Asociación Cult Comunitaria	ONG	http://www.agareno.es/
335	LA RIOJA		Logroño	Hola Barrio!	Radio		La radio comunitaria		https://holabarrio.wordpress.com/
336	MADRID	Madrid	Madrid	FAPE	Prensa		Federación de Asociaciones de Periodistas de España		https://fape.es/
337	MADRID	Madrid	Madrid	InfoCalidad	Prensa		Periódico de la Educación (universitaria)		https://www.infocalidad.es/
338	MADRID	Madrid	Madrid	Sangre Fucsia	Radio		Podcast femini Libre?		https://sangrefucsia.es/
339	MADRID	Madrid	Madrid	La Haine	Prensa		Libre		http://www.lahaine.es/

Fuente: Captura de pantalla de la base de datos realizada



La metodología utilizada para obtener esta información ha sido cualitativa; es decir, está basada en una revisión de los contenidos ofrecidos por las principales herramientas corporativas de cualquier entidad: sus páginas web y sus redes sociales. Por lo que se ha podido comprobar, las redes sociales más utilizadas por los medios alternativos son Facebook y Twitter. Facebook suele ser la primera red utilizada para crear comunidad entre los/as seguidores/as y donde se suelen exponer muchos de los datos que nos han permitido censar a estos medios. Por su parte, Twitter suele emplearse más para promocionar y retuitear eventos, contenidos o actividades organizadas por cada medio.

Esta base de datos se ha volcado en un documento Excel que proporciona agilidad y donde ya están censados 424 medios, iniciativas y proyectos del Tercer Sector de la Comunicación. Se han completado, modificado o eliminado muchos de los datos de los medios ya censados en 2015. Es decir, por un lado, se han incluido los nuevos medios e iniciativas sin ánimo de lucro que han surgido en estos años y, por otro, se han filtrado y eliminado todos aquellos medios que actualmente están inactivos o han desaparecido. Las categorías de los medios serán revisadas por los Investigadores Principales del proyecto SOScom antes de pasar a la segunda fase de actividades.

Cabe señalar algunos obstáculos o barreras que han podido introducir una serie de sesgos en la realización de la cartografía. En primer lugar, se han encontrado determinadas dificultades a la hora de categorizar numerosos medios alternativos, especialmente iniciativas de prensa, que no suelen autodefinirse dentro del universo de los medios alternativos, ni tampoco con ninguna de sus etiquetas habituales: cooperativos, libres, independientes, del tercer sector, comunitarios, etc.

Esta dificultad añadida se debe especialmente a que las páginas web de algunos proyectos no ofrecen la opción de leer la información en más que uno de los idiomas de la región, por ejemplo, el euskera. Además, muchos medios e iniciativas no se autodefinen dentro de ninguna de las categorías que contemplamos. Es decir, las etiquetas pueden incluir algunos sesgos por cuanto los proyectos se han categorizado en función de la percepción que aporta la página web y su contenido. Por último, algunas webs tampoco aportan información de contacto ni de localización, por lo que se ha tenido que acceder, si es que la hay, a la contenida en redes sociales, que no siempre existen.



3. RESULTADOS

Tras la finalización del primer borrador de la base de datos, se puede destacar que Comunidades Autónomas como Madrid, Cataluña o el País Vasco cuentan con una importante cantidad de medios alternativos, algunos de ellos profesionalizados y otros con una gestión estratégica de su comunicación externa. Esto último se percibe, por ejemplo, en el hecho de que las webs disponen de secciones y subsecciones diferentes; cuentan con un buscador interno; ofrecen acceso a la historia, filosofía, misión, visión y valores de la asociación/medio/organización; tienen un apartado explícito de contacto; y ofrecen herramientas para que la lectura de la web sea atractiva o más intuitiva.

Tras la finalización del primer borrador del censo, se puede afirmar que Cataluña cuenta con 140 medios alternativos, Madrid con 61, País Vasco con 39, Andalucía con 34, Comunidad Valenciana con 28, Castilla y León con 22, Aragón con 16 medios, Asturias con 15, Islas Canarias con 10 medios y 4 iniciativas/proyectos locales alternativos. Las Comunidades que acumulan menos de 10 iniciativas son: Islas Baleares con 9, Galicia con 9, Navarra con 8,

>> EJEMPLO DE DATOS DE CONTACTO QUE DEBERÍAN OFRECER EN ESTA SECCIÓN:

☰ **EL SALTO** Dona Suscríbete

Secciones ▾ Blogs ▾ Media ▾ El Salto ▾ Zona Socias ▾ TIENDA

Dirección:
Calle Matilde Hernández, 31, 1C
28019 - Madrid
91 184 18 47

General
info@elsaltodiario.com

Administración

Suscripciones y socias » socias@elsaltodiario.com

Publicidad » publicidad@elsaltodiario.com

Distribución » distribucion@elsaltodiario.com

Comunicación - Promoción » comunicacion@elsaltodiario.com

Informática - Incidencias web » informatica@elsaltodiario.com

Fuente: <https://www.elsaltodiario.com/info/contacta>



Murcia con 6, Castilla-La Mancha con 4, Extremadura con 4, Cantabria con 3, La Rioja con 1. 11 medios no se han podido incluir en ninguna Comunidad Autónoma debido a que fue imposible localizar información de contacto que lo esclarezca. Cabe señalar lo triste que resulta la desaparición de 32 medios alternativos en un margen de 7 años desde que se realizó el primer mapeo.

Del mismo modo, se puede afirmar que los medios categorizados como comunitarios y libres son mucho más abundantes que los categorizados como educativos y cooperativos. Los primeros cuentan con 175 y con 128 respectivamente, mientras que los segundos cuentan con 30 y 38, respectivamente. La realidad es que muchos medios alternativos no tratan sus páginas web, ni tampoco las redes sociales, como herramientas útiles de comunicación, sino que una gran parte de las webs analizadas tienden a ser bastante estáticas, rígidas, poco profesionales y con contenidos desactualizados. Al mismo tiempo, se verifica que las redes sociales de los medios que apenas trabajan en sus páginas web también suelen estar desactualizadas, sin ofrecer demasiada información de contacto y localización, lo que puede tener una influencia negativa en la construcción y el refuerzo de las comunidades locales y de seguidores/as.

>> EJEMPLO DE DATOS DE CONTACTO QUE DEBERÍAN OFRECER EN ESTA SECCIÓN:

RadioEnlace
QUIÉRELS SOMOS PROGRAMACIÓN INFORMACIÓN LOCAL TALLERES COLABORA CONTACTO EN DIRECTO

Contacto

Asociación Cultural Taller de Comunicación Radio Enlace

C/ Costa del Sol, nº13 posterior
28033 - Madrid (España)

Para cualquier duda o consulta puedes contactar a través de los siguientes medios:

Apartado de correos: 47033. 28080 Madrid

Tlf: **91 381 33 70**

email: radioenlace@radioenlace.org

Fuente: <http://radioenlace.org/contacto/>



4. CONCLUSIONES

Tras lo expuesto, el mapeo nos ha ofrecido una fotografía de la enorme diversidad de medios existentes según soporte, ámbito de actuación o categorización. Sin embargo, se observan importantes asimetrías regionales por cuanto hay Comunidades y localidades con multitud de medios y otras que prácticamente carecen de iniciativas. Por otra parte, mapear el Tercer Sector de la Comunicación en España de acuerdo a la información documental resulta una tarea compleja, sobre todo porque muchas de las páginas web y redes sociales de los proyectos ofrecen pocos datos o incluso datos desactualizados. En cualquier caso, la metodología documental utilizada en este trabajo para realizar una primera versión del censo ha conseguido localizar más de 400 medios, proyectos e iniciativas.

En relación con lo anterior, la principal recomendación que se extrae del presente estudio sería la de incidir en la comunicación externa de alguna de estas entidades, en especial para mejorar su visibilidad y legitimación dentro del sistema de medios. Por ejemplo, convendría actualizar y mejorar la información recogida en plataformas web de manera que estas ofrezcan más datos de contacto; información sobre la historia, filosofía, misión, visión y/o valores de los proyectos; con qué redes estatales, autonómicas o locales se conectan; o incluso a qué comunidades, socios/as o simpatizantes se dirigen.

En la siguiente fase del proyecto SOScom, se podrán incluir nuevos datos en el mapa tanto a partir del estudio de casos -donde se está realizando una encuesta piloto a una pequeña muestra de medios que albergan diferentes categorías-, como con el lanzamiento de la encuesta renovada al censo completo de medios ya en 2023. El I+D pretende por tanto generar un producto que es a la vez académico y activista, con indicadores de sostenibilidad que servirán para contribuir al conocimiento y expansión de los medios. Por otra parte, el mapeo intentará fortalecer la función social de estas iniciativas en la medida en que este permita estrechar los vínculos entre los medios; entre estos y otras organizaciones del Tercer Sector; y entre medios alternativos e instancias educativas con las que su función de educación mediática se relaciona y tal vez pueda reforzarse.

5. APOYOS

Este texto forma parte de la ayuda PRE2021-101084, financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033 y por el FSE+. Referencia del Proyecto I+D “SOS-



tenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación. Diseño y aplicación de indicadores” (SOScom): Proyecto PID2020-113011RB-I00 financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033.

Referencias

- >> AMARC (2009). Principios para un marco regulatorio democrático sobre radio y TV comunitaria. Montevideo: Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). Recuperado de <https://bit.ly/3iXWs3E>
- >> Atton, C. (ed.) (2015). The Routledge Companion to Alternative and Community Media. Oxon: Routledge.
- >> Barranquero Carretero, A. y Candón-Mena, J. (2021). La sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación en España. Diseño y aplicación de un modelo de análisis al estudio de caso de El Salto y OMC Radio. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, vol. 137, e71863. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.71863>
- >> Barranquero, A. (coord.) (2015). Juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud y FAD. Recuperado de <https://bit.ly/2JgB1XL>
- >> Downing, J. (ed.) (2010). Encyclopedia of social movement media. Thousand Oaks, CA: Sage.
- >> García García, J. (2013). “Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en España”. adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, 5, 111-131. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.8>
- Lema-Blanco, I., Rodríguez Gómez, E. y Barranquero, A. (2016). Jóvenes y Tercer Sector de Medios en España. Formación en Comunicación y Cambio Social. Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación, 48, 91-99.
- >> LGCA (2010). Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. <https://www.boe.es/eli/es/l/2010/03/31/7/con>
- >> LGCA (2022). Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual. <https://www.boe.es/eli/es/l/2022/07/07/13/con>
- >> MacDonald, K. y Tipton, T. (1993). Using documents (187-200). En Gilbert, N. (Ed.) (1993). Researching Social Life. Londres: Sage.
- >> UNESCO (2008). Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social. París: UNESCO y PIDC. Recuperado de <https://bit.ly/3UPuYu1>



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

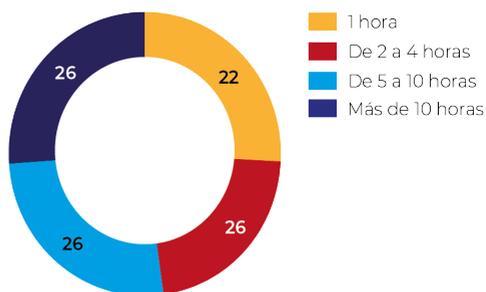
3.1. ACCIONES FORMATIVAS EN LOS MEDIOS COMUNITARIOS

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?

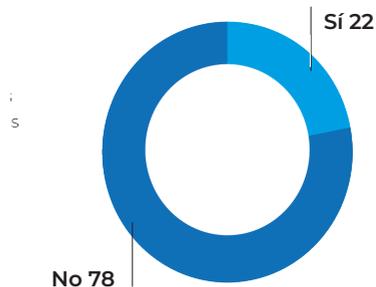


Tal y como ilustra el gráfico 2, los medios de la ReMC destinan la mayoría de sus esfuerzos a la ejecución de acciones formativas destinadas a nuevos socios o voluntarios, u orientadas a la iniciación en la producción radiofónica o audiovisual. Únicamente el 22% de los encuestados realizan formaciones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

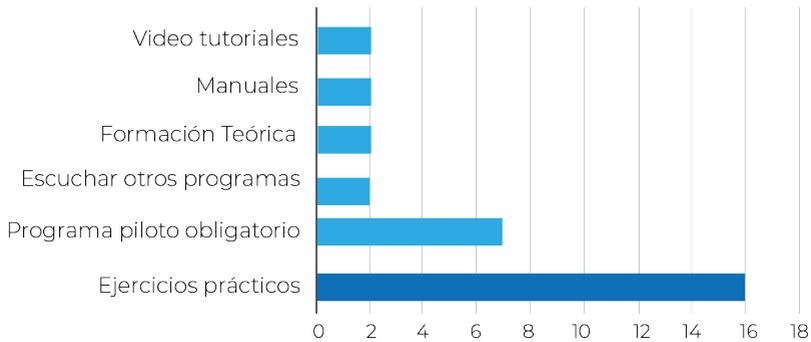
Siendo preguntados acerca de los aspectos de la formación inicial que creen que se debería perfeccionar, los participantes mencionan los recursos didác-



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/>



Capítulo IV

LA CREACIÓN DE RADIOTEATROS Y DOCUMENTALES SONOROS CON ENFOQUE SOCIAL

Raúl Rodríguez Ortiz

Universidad de Chile

1. INTRODUCCIÓN

La oferta explosiva de contenidos sonoros que encontramos en la web demuestra la necesidad que tenemos de expresarnos hoy en día. Frente al predominio de la imagen, el sonido ha vuelto a capturar nuestra atención. Actualmente, la cultura sonora asume otras formas de comunicación e intercambio, a través de la reproducción de una canción en Spotify, una nota de voz por Whatsapp o un podcast que seguimos semanalmente, etc. La post radio de la cual nos hablaba Ortiz Sobrino (2017) hoy se expande en el podcast, en una escucha cada vez más individualizada, asincrónica e inmersiva llegando incluso a propuestas transmedias. Es la era de los auriculares y de la desconexión de los medios convencionales. Frente a aquello ¿cómo hacer de la radio y el podcast un espacio para la creatividad y la conexión con nuestras comunidades y audiencias? ¿cómo generar procesos participativos en los cuales podamos apropiarnos de los medios y de las tecnologías para ponerlas al servicio de nuestros colectivos y asociaciones en proyectos radiofónicos y sonoros?

En un mundo lleno de noticias sensacionalistas, fake news y mucho spam, tenemos que darle una vuelta a las historias que queremos contar, cada vez estamos más ávidos por conocer historias que nos sorprendan, que nos hagan escuchar un mundo más allá de lo previsible. En ese espacio se cuele la radio creativa, que es aquella que, sobre la base de los recursos sonoros (lenguaje, géneros y estilos), genera un espacio para la transformación de la escucha habitual; transformación de comunidades y audiencias; transformación para un mundo mejor. Después de la falta de creatividad de la empresa radiofónica en España, durante los '80 y '90 (Cebrián, 2004; Rodero, 2005), extensible también a América Latina, la radio y el podcast están en una fase de recuperación estética potenciando la dimensión creativa del sonido, con fines expresivos, imaginativos y emocionales.



Gracias al auge de la ficción y lo narrativo documental desde mediados de la década pasada, se exponen dos experiencias de una radio otra y de lo que hoy denomino un podcast social (Rodríguez Ortiz, 2022): una de ellas es *Cuéntame Abuela*, una serie de microradioteatros desarrollados con adultas mayores de Santiago de Chile, en 2011-2012, y otra es *Bemba*, una serie de documental sonoro con mujeres afrodescendientes del norte de Chile realizado en Arica, entre 2019 y 2021. Ambas iniciativas dirigidas por Raúl Rodríguez, hechas con 10 años de diferencia, nos permiten apreciar tanto la oportunidad de este tipo de producciones como su valor social, fomentando proyectos sonoros creativos, inclusivos y participativos.

Si bien corresponden a dos géneros radiofónicos muy distintos, uno de ficción y otro de no ficción sonora, los dos tienen dos cualidades: primero, las mujeres son las protagonistas de la experiencia radiofónica, en un contexto, lamentablemente, en el que ellas como sujeto o fuente de los medios informativos solo alcanzan el 25% (Macharia, 2020). Segundo, ellas se vinculan a ambos proyectos a través de un proceso participativo, en el que se rescatan sus historias de vida y memoria oral (Pujadas, 2002)

¿POR QUÉ EL RADIOTEATRO?

>> Porque la ficción nos permite imaginar, sensibilizarnos y emocionarnos (Rodero, 2005)

>> Porque se ha dado un renacimiento del género del radioteatro o radiodrama, a través del podcast de ficción (Martínez-Otón, Rodríguez-Luque y Alcudia-Borreguero, 2019).

>> Porque es una herramienta para las radios con fines sociales, para las comunidades o al servicio de ellas: rescatando, por ejemplo, el patrimonio inmaterial a través de la memoria oral (Rodríguez y Matus de la Parra, 2012).

¿POR QUÉ EL DOCUMENTAL SONORO?

>> Porque estamos ávidos de conocer historias reales con sonidos, tal como se define este género (Godínez Galay, 2019).

>> Porque el documental permite conocer historias mínimas y/o locales,



o aquellas que afectan a colectivos o comunidades invisibilizadas o discriminadas, con el objetivo de sensibilizar y contribuir a la coyuntura social actual (Lechuga, 2015).

>> Porque es un género de realidad, entre periodismo y arte; subjetivo y con perspectiva de autor; y mucho más libre que un reportaje periodístico (Godínez Galay, 2019).

>> Puede contener una serie de géneros: entrevistas, paisajes sonoros, ficción, etc. (Rodríguez Ortiz y Godínez Galay, 2020) y hoy hace un uso más intensivo de la historia de vida, como relato oral autobiográfico (Mc Hugh, 2012).

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1. RADIOTEATROS CON ADULTAS MAYORES (2011-2012)

Se propusieron los siguientes objetivos:

>> Divulgar creencias e historias populares de Chile a través del género del radioteatro, en base a la memoria oral de adultas mayores.

>> Con la actuación de las mismas participantes, los radioteatros permiten no sólo revalorizar este género, sino también integrar y mejorar la autoestima de las adultas mayores al reconocer y valorar sus historias y experiencias de vida.

En relación con la metodología, Cuéntame abuela, compuesto de cuatro microradioteatros, en torno a los 7 a 10 minutos cada uno, rescató la memoria oral de las participantes sobre mitos populares nacionales y latinoamericanos, a través de entrevistas con ellas e información documental para corroborar y profundizar en esas historias.

El proyecto nació al alero del taller de cuentacuentos del Centro Lector de la Biblioteca Pública de la Corporación Cultural de la Municipalidad de Lo Barnechea, en Santiago de Chile, que financió la producción, en conjunto con la radio comunitaria Juan Gómez Millas (Radio JGM) de la Universidad de Chile. Participaron diez mujeres de la tercera edad, entre 70 y 90 años, dos coordinadoras del taller de cuentacuentos y el equipo de Radio JGM, que in-



cluyó al director y guionista de los radioteatros, productora, asistente y operador técnico, quien hizo la postproducción.

El proceso de producción, que duró cinco meses, consideró cuatro etapas:

1. Producción y escritura de guion de las cuatro historias: El duende blanco, La llorona, El diablo y los choclos, y El tué tué.

2. Ensayos y grabación: después de conocer los estudios de radio y tener los primeros acercamientos al micrófono y a la experiencia de la grabación, se realizó un ensayo inicial o lectura del guion para pasar a la grabación de las historias

3. Edición y postproducción: de los cuatro microradioteatros incluyendo los recursos y efectos de sonido.

4. Transmisión, distribución y socialización de los radioteatros: Se transmitieron en 2012 por la Radio JGM y la red en Chile de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), y se realizó una presentación estreno del proyecto tanto en la universidad como en el centro cultural de Lo Barnechea, con el equipo, las participantes, coordinadoras y autoridades universitarias y municipales.



Fuente: Equipo Radio JGM



Fuente:

Equipo

Radio JGM

Tres elementos fueron clave para el desarrollo y resultado del proyecto:
Inicio: Ellas son no solo fuente de información sino también protagonistas de la experiencia.

>> Proceso: La metodología usada se basó en la confianza en las adultas mayores y en la recordación del mensaje para grabar de manera óptima los radioteatros, ya que muchas de ellas no sabían leer o leían el guion con dificultad. Es decir, una metodología innovadora que se adapta a las capacidades de las participantes para lograr el éxito de los radioteatros actuados por ellas.

>> Cierre: La devolución del proyecto a la comunidad, a las participantes y sus familias es primordial para cerrar el ciclo virtuoso de una iniciativa participativa e inclusiva. Esta se completó con la entrega a todas las integrantes de un CD con las historias grabadas.

Los microradioteatros están disponible para escucharlos en:
<https://www.sonora.media/podcast/cuentame-abuela/>

2.2. SERIE DOCUMENTAL BEMBA

Para la serie de documental sonoro, Bemba, que es parte del proyecto Paisajes Disonantes compuesto por dos obras más (De Luanda a Lumbanga, de Mauricio Barría, y Negra de autoría conjunta), se plantearon estos objetivos:



>> Realizar tres obras radiofónicas y sonoras referidas al borramiento cultural, tradiciones musicales y religiosas, y el autoreconocimiento de las mujeres afrodescendientes chilenas.

>> Contribuir al acervo cultural del país por medio del rescate de la historia oral de las mujeres y su cultura afrodescendiente, en la Región de Arica y Parinacota, Chile.

El documental sonoro Bemba se compone de tres episodios de 30 minutos cada uno aproximadamente, dedicados a la esclavitud, a las cruces de mayo, como festividad afrocristiana, y al cuerpo de las mujeres afrodescendientes, consecutivamente. El proyecto fue financiado por el Fondo de Creación Artística de la Universidad de Chile, CREART 2018, y contó con el patrocinio de la colectiva feminista Luanda, de Arica, Chile, y el apoyo de la Radio de la Universidad de Tarapacá (Radio UTA) de Arica, Chile.

Participaron más de 50 personas afrodescendientes, de las cuales más de 30 fueron mujeres, entre 18 y 82 años, los dos responsables e investigadores del proyecto (Raúl Rodríguez y Mauricio Barría), un asesor de investigación, un productor general, un productor en la zona, y el grupo Sabor Moreno, que musicalizó la serie.

El proceso de producción, que duró diez meses, consideró cuatro etapas:

1. Investigación bibliográfica: revisión de literatura sobre la esclavitud colonial, en general, utilizando fuentes en español y portugués; y sobre los afrodescendientes en Chile, en particular, accediendo a fuentes documentales impresas, online y audiovisuales. Estas en su conjunto demuestran el racismo estructural y cotidiano que experimentan los afrodescendientes y, en mayor medida, las mujeres.

2. Investigación de campo: con trabajo en terreno en Arica y Azapa, en febrero, mayo y agosto de 2019. Se realizaron 47 entrevistas en total, de las cuales 33 correspondieron en su mayoría, entre individuales y colectivas, a mujeres afrodescendientes, 4 entrevistas a expertos y 10 entrevistas o testimonios breves a personas de Arica y Azapa, durante el carnaval de Arica de 2019. Además, se grabaron más de 20 registros y paisajes sonoros y se sumó información documental específica, que después se grabó de acuerdo con



las necesidades del guion, como registros parroquiales de la época colonial y algunos fragmentos de juicios a esclavas negras durante aquel periodo.

3. Grabación y escritura de guion de las tres historias o episodios, que se pueden escuchar de manera independiente o consecutiva: La esclavitud, El baile y las cruces y Mujer negra.

Con cuatro actores profesionales, dos de destacada trayectoria profesional en el teatro y la televisión, se grabaron en Santiago de Chile algunas voces y diálogos. Estos buscaban recrear, principalmente, el periodo de la esclavitud, a falta de archivos sonoros de aquella época.

Con cuatro mujeres afro, de las cuales una correspondía a la colectiva Luanda y tres a la organización Hijas de Azapa, se grabaron en los estudios de la Radio UTA algunas voces a modo coral que fueron incorporados en la serie. Es decir, una dramatización dirigida que buscaba darle voz a testimonios escritos de algunas ancestras ya fallecidas y recuperar y registrar una serie de palabras y oficios de la cultura afrodescendiente.

4.A Edición y postproducción: de los tres episodios de la serie con el diseño sonoro creado especialmente, con recursos y efectos de sonido, y la propuesta musical de la banda de tumbé Sabor Moreno de Arica, Chile (El tumbé es la música y danza típica afrodescendiente del norte de este país).

4.B Transmisión, distribución y socialización de la serie documental: Se transmitieron en 2021 por tres radios locales: Radio UTA (Arica), Radio Valparaíso (Valparaíso) y Radio Universidad de Chile (Santiago). Después se estrenó en formato podcast en el sitio www.sonora.media y en las plataformas Spotify y Soundcloud. El 1 de septiembre de 2022 se realizó el cierre de Paisajes Disonantes, con la presentación y devolución del proyecto a la comunidad afrodescendiente de Arica, la colectiva Luanda, las organizaciones Oro Negro, Lumbanga e Hijas de Azapa, y otras familias participantes. Esta celebración se completó con la entrega en formato CD de las dos series documentales realizadas por Raúl Rodríguez y Mauricio Barría.

Tres elementos fueron clave para el desarrollo y resultado de Bembá:

>> Inicio: Una de las contrapartes del proyecto, como fue la colectiva Luanda, participó desde la presentación de la propuesta al Fondo de Creación Artística hasta en la entrevista colectiva con su organización.



Guillermina Flores Corvacho, participante del proyecto, tanto de entrevista como parte de las voces corales de Bemba.



Cierre del proyecto con las mujeres afrodescendientes.

Fuente: Raúl Rodríguez Ortiz

Además, una de sus lideresas, Camila Rivera, participó como una de las voces corales de la serie.

>> Proceso: La metodología usada se basó en la confianza y negociación de las historias que se querían contar. Asimismo, gracias a ello era posible llegar a otras entrevistadas para, en entrevistas sucesivas o en profundidad, poder registrar sus historias de vida.

>> Cierre: La devolución del proyecto a las organizaciones, a las participantes y sus familias es primordial para cerrar el proceso de una iniciativa participativa e inclusiva. Esta se completó con la entrega de un CD con las dos series documentales que componen Paisajes Disonantes.

La serie Bemba está disponible para escucharla en <https://www.sonora.media/podcast/bemba/>

3. RESULTADOS

Si bien hubo obstáculos iniciales para desarrollar ambos proyectos, como las dificultades para leer y escribir que tenían las adultas mayores de Cuéntame abuela, se pudo sobre la base de una metodología experimental lograr que ellas actuaran las historias. En efecto, ya que algunas eran analfabetas o habían perdido la práctica de la lectoescritura por su avanzada edad, la confianza, la calma y el cariño para explicarles permitieron desarrollar el trabajo de grabación en base a la memoria auditiva.



En el caso de las mujeres afrodescendientes, específicamente, la colectiva Luanda hizo un proceso de deliberación previa para apoyar o no el proyecto, después de que en 2018 lo habían rechazado. Es decir, nuevamente la confianza, el respeto y la honestidad con que se hacen este tipo de proyectos permite estrechar lazos, conocerse y desatar procesos colectivos.

La participación, en tanto, se puede resumir en dos: cuantitativamente participaron casi 45 mujeres. 12 en Cuéntame abuela y más de 30 en Bemba. En tanto, cualitativamente hablando el proceso participativo se podría evaluar en un nivel medio y alto. Medio en el caso de las adultas mayores, quienes fueron fuente y protagonistas de la experiencia, y alto en el caso de las mujeres afrochilenas quienes fueron partícipes desde la presentación del proyecto al Fondo de Creación Artística hasta su participación coral en la serie. Sin embargo, para producciones futuras este nivel puede ser mucho mayor, ya que las mujeres afro, en particular, se sienten mujeres integrales y ellas mismas pueden ser capaces de construir y editar sus propias historias, con el apoyo y asesoría técnica necesaria. Vale decir, pueden narrarse ellas mismas, sin esperar que otros y los medios hablen de ellas o narren sus historias de vida.

En esta línea, los aprendizajes más importantes del proceso de ambos proyectos fortalecieron su autoestima y promovieron su autoreconocimiento como mujeres, capaces y creativas en un mundo hostil, que las discrimina por ser “viejas”, con una mirada edadista de la sociedad, o por ser mujeres negras.

En Cuéntame abuela, María Chávez, una de las participantes del radioteatro, instó a otras adultas mayores a sumarse a este tipo de actividades: “Si nosotras lo hicimos, pueden hacerla muchas abuelas más”, expresó. Mientras Rosalba Sandoval, de 89 años en ese momento, dijo sentirse “en una etapa juvenil” al participar de actividades culturales, como el taller de cuentacuentos y el radioteatro. “Ojalá exista otro (taller) y que sigan dando las armas que nos dan a nosotras. Yo siempre me voy para la casa con el corazón hinchado, feliz, y eso nos ayuda a hacer nuestras cosas con más ánimo”, agregó Chávez (Bruna, 2012).

En Bemba se establecieron vínculos muy estrechos entre la historia oral y el documental sonoro, que posibilitan la reconstrucción de historias de vida paralelas o de un grupo u organización, como fue el caso de Luanda. En específico, la dramatización dirigida las hizo conectarse con la historia de sus



ancestras: “Pudimos recrear las labores, los oficios, lo que me llevó a valorar la memoria de mis ancestras, a través de la voz. El poder retroaer aquello permitió la reafirmación de mi identidad de mujer negra”, valoró Camila Rivera Tapia, de la colectiva Luanda y participante del proyecto (R. Rodríguez Ortiz, comunicación personal, 22 de noviembre de 2022).

Otro elemento que surge de la evaluación de este proceso es el resultado de la serie documental entendida como un “documento o archivo sonoro” que las robustece y dignifica, tanto como mujeres individuales como en su lucha y resistencia colectiva. Sobre la base del proceso y de estos aprendizajes, se propone el siguiente recuadro en el cual se ponderan aquellos aspectos que hacen tanto de la ficción como del documental sonoro géneros útiles para medios alternativos, comunidades educativas, colectivos de podcasts y de mujeres, por cierto, entre otros grupos sociales: VER TABLA 1

4. CONCLUSIONES

Frente a la desinformación y las fake news que ponen en riesgo que tengamos ecosistemas mediáticos saludables, debemos ser capaces de tener una mirada crítica de las tecnologías y sus usos, ya que tienen implicancias morales, sociales, de seguridad, etc. Pero que a la vez podemos ponernos en el centro de los procesos de comunicación para hacer uso eficiente de ellas, para fines sociales y educativos (Usher, 2019).

En un mundo mediático, que aún subrepresenta a las mujeres, pese a ser más de la mitad de la población en varios países del orbe, se puede “ocupar” la radio y el podcast como medios y herramientas creativas para su inclusión y (auto) representación. La clave es siempre con ellas y desde ellas buscando siempre metodologías experimentales y participativas, que complementen las metodologías tradicionales de las ciencias sociales, como la entrevista o grupos focales. Desde inicios del siglo XXI, además, la valorización de la historia de vida permite contribuir a la reconstrucción de sus experiencias vitales y cosmovisiones, individuales y colectivas.

Si somos capaces de “repoblar” la radio con nuevas narrativas y superar la autoexpresión, que mueve a muchos podcasts en la actualidad, podremos desatar proyectos y procesos colectivos en el que utilicemos la ficción y el documental con enfoques y fines sociales de comunicación sonora.



>> TABLA 1

**BENEFICIOS DEL USO SOCIAL DE LA FICCIÓN
Y DEL DOCUMENTAL SONORO**

CATEGORÍA	FICCIÓN	DOCUMENTAL
HISTORIA	Se pueden crear ficciones, a partir de historias reales de la comunidad, de cuentos o narraciones locales que existan, o guiones contruidos colectivamente.	Historias y personajes reales de la comunidad o el territorio.
METODOLOGÍA	La comunidad y sus integrantes son tanto fuente de información y de memoria oral, como cocreadores de este proceso.	Historias de vida que se obtienen por medios de entrevistas sucesivas en profundidad.
PRODUCCIÓN	Aprovechar las habilidades de los propios integrantes del proyecto, buscando asesoría cuando sea el caso, para la construcción del guion o guiones de ficción. También la participación de las voces de la propia comunidad en el proyecto sonoro, como actores y actrices de la ficción.	Como el documental sonoro tiene un enfoque de autor es importante estar conectado con cómo la comunidad o los personajes quieren verse representados. El diseño sonoro es fundamental, a partir de la crónica y los paisajes sonoros del territorio o del mundo de los personajes reales.
FORMATO Y DURACIÓN	Pueden ser ficciones unitarias o serializadas, o microradioteatros independientes, pero unidos por un mismo tema, como fue el caso de Cuéntame abuela. La duración puede ser variable aprovechando el formato podcast	Pueden ser documentales unitarios o en serie. Puede ser una serie de episodios independientes, de personajes distintos, pero unidos por el mismo tema. La duración puede ser variable aprovechando el formato podcast.
DISTRIBUCIÓN	Por radios locales y comunitarias, por plataformas de podcasts, y por comunidades educativas y culturales del territorio, o comunidades de intereses a fines, como colectivos de mujeres.	

Fuente: Elaboración Propia



Referencias

- >> Ortiz Sobrino, M. A. (2017). De la post-radio convergente a la radio híbrida. RAE-IC: Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, (4) 7, 1-5.
- >> Bruna, R. (2012, 7 de septiembre). Proyecto “Cuéntame Abuela” lanza CD con radioteatros. Facultad de Comunicación e Imagen. <http://bit.ly/3HguWb5>
- >> Cebrián, M. (2005). La creatividad en el contexto de la radio actual. Telos 60, 1-10.
- >> Godínez Galay, F. (2019, 6 de enero). RadioLab ExperimentAL / ¿De qué hablamos cuando hablamos de documental sonoro? CPR. <https://bit.ly/3il2B4g>
- >> Lechuga, K. (2015). El documental sonoro: una mirada desde América Latina. Ediciones Jinete Insomne.
- >> Macharia, S. (ed.) (2020). El proyecto de monitoreo global de medios 2020. Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC).
- >> Mc Hugh, S. (2012). Oral history and the radio documentary/feature: Introducing the ‘COHRD’ form”. The Radio Journal, International Studies in Broadcast & Audio Media, (10) 1, 35–51.
- >> Pujadas, J.J. (2002). El método biográfico: el uso de las historias de vida en ciencias sociales. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- >> Martínez-Otón, L.; Rodríguez-Luque, C. y Alcudia-Borreguero, M. (2019). El reportaje de historias de vida como punto de partida de la radio dramatizada y el podcast de no ficción en el ecosistema digital. *index.comunicación*, 9(2), 135-162. <https://doi.org/10.33732/ixc/09/02Elrepo>
- >> Rodero, E. (2005). Recuperar la creatividad radiofónica. Razones para apostar por la radio de ficción. *Anàlisi* 32, 133-146.
- >> Rodríguez Ortiz, R. (2022). Una propuesta teórico-metodológica para el análisis del podcast social. En Rodríguez, E. & Barranquero, A. (coords.), *De lo viejo a lo nuevo. Teorías, métodos e instituciones de la investigación en comunicación* (pp. 247-256). Dykinson.
- >> Rodríguez Ortiz, R. y Godínez Galay, F. (2020). La contribución del género documental a proyectos de radioteatro en América Latina (pp. 47-64). En López Villafraña, P. y Olmedo Salar, S. (coords.), *El Radioteatro: olvido, renacimiento y su consumo en otras plataformas*. Comunicación Social.
- >> Rodríguez Ortiz, R. y Matus de la Parra, P. (2011). Proyecto Cuéntame Abuela: Radioteatros con Adultos Mayores. I Congreso Comunicación y Educación. Universidad de Valladolid.
- >> Usher, N. (2019). Alfabetización digital y el futuro del periodismo. *Comunicación y Medios*, 28(40), 216–225. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2019.55882>



CAPÍTULO V

A TRAVÉS DE LAS ONDAS CON LA RADIO LIBREMENTE DE LA PRISIÓN DE MONTERROSO. EXPERIENCIA DE APRENDIZAJE-SERVICIO CON ALUMNADO UNIVERSITARIO

María Barba Núñez

Patricia Digón Regueiro

Laura Cruz López

Grupo de investigación ECIGAL. Universidade da Coruña.

1. INTRODUCCIÓN

Este artículo responde a una doble mirada de alfabetización mediática: la Radio LibreMente, como iniciativa de radio en prisión y, vinculada a ella, la experiencia de aprendizaje-servicio realizada con alumnado universitario. La apuesta por las radios en prisión responde al interés por mejorar la calidad de vida de la población reclusa, muy mediada por las actividades de las que pueden participar y por las relaciones interpersonales que en ellas se generan (Rodríguez et al., 2018). Las prisiones deben ser centros donde se respeten escrupulosamente los derechos sociales y políticos, también los referidos a la participación social. La APS se presenta para el alumnado universitario como una estrategia valiosa a la hora de potenciar su aprendizaje, a través de la cual no sólo se acerca a un espacio social desconocido, sino que se capacita para hacer uso de un medio como la radio en la promoción de espacios de creación conjunta, que te permiten entrar en contacto con personas de contextos socialmente alejados y aproximar miradas.

>> La Radio LibreMente

Existen múltiples experiencias de radio en prisiones, tal y como refleja la tesis doctoral de Contreras (2014), en la que explora 16 iniciativas de este tipo en centros penitenciarios de España, presentándolas como cauce de expresión de ideas y herramienta liberadora. Es una iniciativa que enriquece a las personas que hacen radio, que generan en torno a este medio un espacio de reflexión, creación de contenidos y expresión sobre diferentes temas. Pero,



así mismo, también es un gran aporte para quien la escucha desde fuera de la prisión, y que accede a través de este medio al conocimiento sobre un contexto que habitualmente se presenta como hermético. El abordaje de diferentes temas, desde la experiencia de vida de las personas presas, es una estrategia potente a la hora de hacer frente a los prejuicios y estigmas que se generan en torno a las prisiones y las personas que de forma temporal las habitan.

Para comprender el sentido de la radio del Centro Penitenciario de Monterroso es importante abordar su trayectoria. La experiencia tiene sus antecedentes en un proceso de investigación-acción-participativa, impulsado entre la asociación Aliad Ultreia y el grupo de investigación SEPA-interea en la prisión de Monterroso, del que participaron los diferentes agentes que conforman la comunidad-prisión: personas presas, personal de Interior, personal de Tratamiento y entidades externas.

Se desarrollaron 5 micro-investigaciones centradas en cuestiones de convivencia, se cruzaron los resultados y un Comité Mixto, conformado por representantes de cada uno de estos colectivos, diseñó en base a estos resultados un Plan de Animación Sociocultural orientado a mejorar la convivencia y potenciar las posibilidades de educación en prisión, en el sentido amplio de la palabra y no reducida sólo a procesos escolares.

Este Plan contempla, entre otras propuestas, el objetivo de abrir la prisión a la comunidad, reduciendo el aislamiento social de la población reclusa, así como acrecentar las oportunidades de participación en prisión. En este caso se quiso dar un salto cualitativo y situar a las personas presas en el rol de gestantes y gestoras de sus propias iniciativas, y no sólo de usuarias de propuestas ya creadas. Así, en el año 2017 se desarrolló un Curso de monitores de tiempo libre dirigido a formar a un grupo de internos como dinamizadores, que pudiera impulsar sus propias actividades de ocio como parte de las prácticas del curso de formación. Entre esas propuestas surge la Radio LibreMente, en aquel primer momento en formato podcast.

Esta iniciativa fue posible gracias a la participación de la Asociación de Software Libre Melisa, que aportó el material de grabación, formó a las personas y acompañó a nivel técnico la iniciativa, pasando a convertirse hasta fecha de hoy en otra de las entidades implicadas en la radio. Debido al éxito de la propuesta, se decide darle continuidad implantando una radio de emisión



interna, mediante una antena que cubre el radio de 1 kilómetro, así como reforzar la iniciativa ofertando un curso de formación en radio. Este curso, de 30 horas, se componía de los siguientes bloques:

A. Formación del equipo de radio: dirigido a fomentar la cohesión grupal, formar un equipo de radio estable y comprometido, y definir la radio que queremos. Dinamizado por Aliad Ulteira.

B. Control técnico del equipo: aprender a controlar el equipo técnico de la emisora y conocer la apuesta por el software libre. Dinamizado por la asociación Melisa.

C. Radio y dinamización comunitaria: orientado a definir estrategias para que otras personas presas o del exterior puedan participar en la radio.

Dinamizado por el grupo SEPA-interea.

D. Manejo y proyección de la voz: conocer técnicas para calentar y proyectar la voz. Dinamizado por Noelia Geada, logopeda.

E. Locución y producción radiofónica: dirigido a aprender a producir un programa de radio, familiarizándose con diferentes formatos radiofónicos. Dinamizado por la Escuela de Radio de Cuac.FM.

Participaron de esta formación 11 personas, todas ellas varones, debido a que es una prisión masculina. Se gravaron varios programas y se comenzó a emitir a través de la antena del centro penitenciario, por Ivoox y en la parrilla de Cuac.Fm. Pero luego llegó la pandemia, y con ella el cierre de la prisión y la paralización de las actividades.

Cuando se retomó la actividad el grupo estaba muy mermado, y lo que siguió fueron cierres periódicos que rompieron la dinámica de trabajo, y la radio se mantuvo en una situación de supervivencia y adaptación permanente a las circunstancias. Esto motivó que al año siguiente la radio se desplazase a la Unidad Terapéutica y Educativa del centro, un módulo específico dirigido a personas que están en proceso de abandono de consumo de drogas, siendo éste un grupo más estable que podía garantizar su continuidad.

Y es en este espacio donde se mantiene actualmente, contando con la participación de entre 7 y 11 personas, aproximadamente, y la dinamización de dos educadoras sociales y de un maestro con experiencia en radios escolares y comunitarias.



1.2. APRENDIZAJE SERVICIO COMO METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE

El aprendizaje-servicio es “una propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad en un único proyecto bien articulado en el que los participantes aprenden a la vez que trabajan en necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorarlo” (Puig, Batle, Bosch y Palos, 2007). Se diferencia de una práctica de voluntariado o compromiso comunitario, en el sentido de que se vincula a aprendizajes específicos de la(s) materia(s) en las que se inscribe como metodología de aprendizaje. Va más allá del trabajo de campo, porque también implica un ejercicio de ciudadanía y de compromiso con una realidad o proyecto social.

Desde hace años la Universidade da Coruña, a través de la Oficina de Cooperación y Voluntariado, promueve la incorporación de esta metodología en las propuestas docentes de las distintas titulaciones, entendiéndolas como innovación educativa. Implica vincularlas en la guía docente y planificación de la materia a las competencias y contenidos de ésta y tomarla en cuenta en la evaluación de los resultados.

Las docentes que impulsamos esta iniciativa ya teníamos experiencia previa de trabajo en APS en nuestras materias, siendo una estrategia metodológica clave para Laura Cruz que, como parte del equipo de trabajo del Plan de Animación Sociocultural no tardó en ver las potencialidades de vincular esta estrategia de aprendizaje al contexto de la prisión. Así mismo, la propuesta de APS potencia la consecución de algunos de los objetivos que el equipo de LibreMente se marcó para su radio, y que figuran en el Documento Marco (Radio LibreMente, 2019), entre ellos:

> **Influir**, crear un efecto social en la persona espectadora, crear opinión sobre diferentes temas desde buenos valores. Promover la igualdad entre todos, el respeto y crear conciencia social sobre problemas ambientales y sociales. Ya que el alumnado universitario se implicó en la creación conjunta de contenidos sobre temáticas de justicia social (derecho al ocio, discursos de odio, mirada social a temas de interés, etc.)

> **Concienciar** a las personas que están fuera: darle la vuelta a lo



que piensan de la prisión, hablar de las dificultades que la sociedad pone a la gente presa y que vean las historias que hay detrás. Pues para las y los estudiantes supone la oportunidad de acercarse a un contexto que desconocen y al que, además, podrán atender profesionalmente en un futuro.

> **Enseñar y animar al aprendizaje.** En este caso no sólo de la población reclusa, sino también del alumnado universitario.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

La propuesta da APS nace del interés del grupo de Radio LibreMente de contar con personas colaboradoras externas para potenciar las posibilidades de este medio de comunicación como recurso sociocomunitario. Este intercambio con el exterior busca:

- >> Hacer frente al aislamiento que sufre la población reclusa y potenciar el intercambio con el exterior.
- >> Favorecer la reflexión y elaboración de contenidos sobre diferentes temas a partir de voces diversas.
- >> Sensibilizar a la ciudadanía sobre la realidad de vida en las prisiones.

Así mismo, cada una de las tres propuestas de APS que se desarrollaron tenía objetivos de aprendizaje asociados a las asignaturas. Se implicaron en esta iniciativa las y los estudiantes de las siguientes materias

- >> 42 estudiantes de la materia de Educación y medios de comunicación social, del Grado de Educación Social, acompañados por la profesora Patricia Digón Regueiro.
- >> 24 estudiantes de la materia de Recursos y estrategias para la intervención en el tiempo libre, del Grado en Educación Social, acompañados por la profesora María Barba Núñez.
- >> 5 estudiantes de la materia de IAP, acción comunitaria y gestión de las organizaciones, del Master en Políticas sociales e intervención sociocomunitaria, acompañados por la profesora Laura Cruz López.

Todas ellas se desarrollan en tres fases:



>> La fase de planificación, sensibilización y formación al alumnado, en la que abordan contenidos de la materia asociados y establecen contacto con la entidad y la iniciativa con la que colaborarán. Dependiendo de la asignatura, se contó con la participación en aula de la educadora social que dinamiza la radio para presentar la iniciativa, se sondeó con las personas del equipo de radio temáticas de interés en las que pudieran colaborar generando contenido, o se elaboraron pequeñas grabaciones para generar diálogo con el equipo de radio y trasladarles la propuesta. Así mismo, en la materia de Medios se realizó formación específica sobre producción radiofónica con Cuac.fm.

>> La fase de servicio, en la que se lleva a cabo la propuesta de colaboración. En la materia de Medios de comunicación social, los/as estudiantes crearon piezas radiofónicas, adaptadas a diferentes formatos, a partir de los temas de interés indicados por los miembros de la radio e incorporando una perspectiva social. Música y género, viajes y despoblamiento rural, deporte y género, deporte y racismo, cine y estigma social, mindfulness y resiliencia, música y resistencia social fueron algunas de las temáticas trabajadas.

En la materia de Tiempo libre, elaboraron un guion de entrevista a las personas presas sobre la vivencia del ocio en prisión, a partir de los contenidos abordados en la materia, y grabaron pequeñas producciones radiofónicas, con el objetivo de que el equipo de radio pudiera realizar una tertulia sobre esta temática siguiendo los interrogantes e intercalando las producciones. En la materia de IAP y acción comunitaria las/os estudiantes realizaron una IAP sobre discursos de odio en la ciudad de la A Coruña y, a partir de ello, recogieron a través de pequeñas grabaciones testimonios sobre discursos de odio y entraron dentro de prisión a compartir la experiencia con los integrantes de la radio y a dinamizar con ellos una tertulia sobre este tema.

>> Una fase de cierre, en la que se reflexionó tanto sobre el contenido de los programas generados como sobre la propia experiencia.

3. RESULTADOS

Los programas derivados de esta colaboración a través del APS pueden consultarse en el espacio de Ivoox de la Radio LibreMente (<https://go.ivoox.com/sq/1246945>). Esta experiencia supuso, para las 11 personas reclusas



integrantes de la radio, una oportunidad de intercambio con el exterior y de aprendizaje mutuo. Según sus palabras:

“Es interesante responder a las preguntas que las personas de fuera tienen sobre la prisión”

“Nos gusta saber qué piensan sobre la prisión y sobre las personas que estamos aquí presas. Creo que no se conoce bien esto y poder hablar con la gente es importante”

“Sería mejor que hubiesen entrado todos aquí dentro a gravar los programas con nosotros. Las puertas están abiertas. Estuvo muy bien el día que entraron las estudiantes, también las entrevistas que hicimos a las personas”

“Yo creo que nosotros aprendimos pero ellos también”

Como resultado de la experiencia en la materia de Educación y medios de comunicación social, se obtuvieron 8 podcast que se pudieron integrar en los programas de Radio LibreMente.

En el programa “Hablando claro”, se fueron planteando ciertos interrogantes que permitieron ir rompiendo estereotipos: el equipo de radio debatió sobre el machismo en el deporte, incorporándose después la entrevista a Vero Boquete, antigua capitana de la selección española de fútbol, que realizaron las estudiantes; reflexionaron sobre el desconocimiento o prejuicios que tenemos sobre diferentes países, y se incorporó el audio de presentación de Rumanía, sus encantos y sus problemáticas sociales; hablaron sobre las películas que más les impactaron, y con ello el audio sobre series y películas que abordan la estigmatización; etc. También realizaron un programa monográfico sobre yoga, y en el intercalaron el audio sobre mindfulness y resiliencia. De este modo, se obtuvieron 3 programas que, como producto de esta colaboración, se enriquecieron de la mirada crítica de la educación social y del diálogo dentro-fuera.

Para los/as estudiantes de la materia resultó muy motivador y favoreció el avance de su competencia mediática. La formación recibida por Cuac.fm con-



tribuyó a que las piezas creadas cumplieran con unos adecuados requisitos técnicos. En cuanto al contenido, todas ellas reflejaron un adecuado proceso de búsqueda de información para la incorporación de una perspectiva social y global que contribuya a la mirada crítica que buscan los programas de Radio LibreMente.

Como resultado del trabajo desarrollado en la materia de Recursos y estrategias para la intervención en el tiempo libre se produjo el programa de radio “El tiempo libre en prisión”, una tertulia realizada por las personas presas y guiada por los interrogantes que, desde fuera y desde el desconocimiento de este contexto, lanzaban las/os estudiantes. El diálogo con la población reclusa a través del programa de radio permitió resignificar la vivencia del tiempo y los conceptos de tiempo libre y ocio. Dentro de prisión ya no son los tiempos acelerados y sujetos a cambios constantes que el alumnado identificara como lectura del tiempo actual, es un tiempo paralizado, inmóvil, devorado por la rutina. En la lluvia de ideas que hicieron en clase sobre conceptos relacionados con el tiempo libre las ideas que surgían eran positivas, en cambio cuando preguntaron a las personas presas vieron como éste se vivía como parte de la condena, tiempos desocupados en los que dar demasiadas vueltas a la cabeza o recurrir a las drogas para evadirse de ellos.

El ocio... casi inexistente en sus experiencias de vida previas a la entrada en prisión y muy limitado dentro. La elaboración conjunta de la tertulia de radio evidenció las potencialidades de los medios de comunicación comunitarios a la hora de confrontar ideas, romper estereotipos, denunciar situaciones de vida, defender derechos. Supuso acercar dos mundos diversos y promover un aprendizaje mutuo sobre el tema que les reunía: el derecho al ocio. Tal y como expresan las estudiantes:

“Como hemos distinguido de forma teórica y práctica la diferencia entre tiempo libre y ocio, aprendimos mucho de cómo la percepción del tiempo libre puede ser muy diferente según la persona y el contexto, y que el ocio se puede vivir de muchas maneras y es interesante la perspectiva de las personas en prisión. La APS deja huella en el aprendizaje porque el aplicar el servicio nos hace crear ese sentimiento de pertenencia al proyecto y nos hace estar conectadas con lo que aprendemos y con las personas con las que trabajaremos.”



“Toda la clase concordamos con que el impacto que resultó de los testimonios de la entrevista que realizamos con las personas presas fue muy interesante”

En la materia de Investigación-acción participativa, acción comunitaria y gestión de las organizaciones sociales, las/os estudiantes hicieron un trabajo ímprobo, superando con creces el que se requería. Las producciones radiofónicas son de gran calidad (como se puede escuchar en el programa final). No se contentaron con trasladar el resultado del proyecto de IAP que desarrollaran en la ciudad de A Coruña, sino que buscaron nuevos testimonios para poder sumarlas al programa, aportando ocho audios de whatsapp que trasladan opiniones de personas muy diversas.

Realizaron un esfuerzo notable para acomodar un tema complejo como es el auge de los fascismos y adaptarlo a la audiencia, buscando la conexión con sus realidades de rechazo, estigmatización, siendo muchas personas de otras nacionalidades. Cuidaron hasta el mínimo detalle, escogiendo temas musicales muy apropiados para intercalar en el programa. Y en la sesión, dinamizaron con soltura el debate, favorecido por la selección tan acertada del fragmento de “La ola”, de Dennis Gansel.

El diálogo fluyó con interés, respeto, escucha activa y también humor, haciendo de la radio un medio idóneo para trabajar un tema tan complejo como son los discursos del odio desde un clima de respeto e intercambio en el que se pone en juego la vivencia personal. Fue una experiencia muy enriquecedora para los/as estudiantes, que así lo trasladaron:

“El hecho de realizar la acción en la cárcel de Monterroso fue toda una experiencia nueva para mí. Aunque con nervios, fue muy satisfactorio poder compartir toda la investigación realizada durante lo cursado de la materia con unas personas con las que aparentemente, y prejuiciosamente, no tendría nada que ver con ellas. Mas, el hecho de poder escuchar sus opiniones y aportaciones hizo que ese sentimiento desapareciera”.

“La experiencia en Radio Libremente fue maravillosa. Me permitió confirmar que la radio puede ser un instrumento de cambio social. Un programa de radio en el que los internos pueden tomar



decisiones y ser partícipes de forma activa es una forma de empoderar y preparar para la reinserción social, ya que a través de los contenidos de los programas pueden reflexionar sobre su situación y cara dónde quieren ir en su vida. Por otra parte, considero que al alumnado del master nos permitió romper con ciertos estereotipos que podríamos tener sobre las personas internas en prisión. El momento de hacer el programa nos acerca hasta tal punto que nos permite conocer a las personas que tenemos delante, aunque sólo sea por un rato. La elaboración de los contenidos del programa también nos permitió conocer más como se hace un programa de radio y todo lo que conlleva de preparación, así como desarrollar habilidades como la escucha activa y para la moderación de un debate o entrevista. Fue una experiencia magnífica que repetiría”.

También para las docentes implicadas fue una experiencia muy enriquecedora y de aprendizaje, que constató las potencialidades del APS como metodología de aprendizaje con impacto social.

4. CONCLUSIONES

La iniciativa de la Radio Librementemente nos permite ver las potencialidades de las radios impulsadas en prisión como herramienta de expresión. Se convierten en una experiencia formativa y de ocio de alto valor educativo y social, otorgando a las personas presas el rol de creadoras de contenidos. Se destacan las potencialidades de este medio para romper con las barreras de aislamiento social que la prisión impone, convertir la radio en un espacio de intercambio y de apertura a la ciudadanía y potenciar su función sensibilizadora sobre la realidad de vida en las prisiones. Pero para ello es interesante contar con la colaboración de personas externas que, de otra forma y desde otro rol, formen también parte de la radio. Éste es el tipo de colaboración que ofreció el alumnado de la universidad, a través de una experiencia de APS, convirtiéndose en fuente de intercambio, promotor de diálogos dentro-fuera y creador de contenidos desde una perspectiva crítica y desde la mirada de la educación social.

En este caso, la colaboración se vio fuertemente condicionada a causa de la COVID y de las prohibiciones de entrada en el centro penitenciario impuestas a las



entidades externas a largo de los meses en los que estaba planificado el servicio. Esto condicionó los tiempos, al tener que adaptar los calendarios académicos de las materias a los ritmos de la prisión y sus cierres, limitando el nivel de intercambio previsto inicialmente y, con ello, la coordinación y consciencia del trabajo compartido.

En el caso de poder continuar con esta experiencia de APS, sería interesante reforzar el intercambio directo entre la población reclusa y las/los estudiantes. Supone entender que las prisiones son un espacio social al que la ciudadanía puede tener acceso, y potenciar la dimensión comunitaria de la radio como espacio de intercambio y aprendizaje mutuo. Por el volumen del alumnado, no es posible facilitar la entrada de todas las personas colaboradoras, pero se podría hacer como en el caso de la materia de master, en la que se favoreció la entrada de uno de los grupos, que asume la función de intermediación con el resto de la clase, presentando el trabajo que estuvieron realizando y reforzando el intercambio.

5. AGRADECIMIENTOS Y APOYOS

>> El Plan de animación sociocultural del Centro Penitenciario de Monterroso, lo desarrollan entre la Asociación Aliad Ultraia, el grupo de investigación SEPA-interea de la USC y el grupo de investigación ECIGAL de la UdC. Cuenta con el financiamiento, desde el 2013, de la Obra Social La Caixa, a través de la convocatoria de Interculturalidad y acción social. Concretamente, la iniciativa de radio ha sido posible gracias a la colaboración de la Asociación de Software Libre de Melisa, muy especialmente de Jorge Lama, y se ha visto potenciada por el apoyo y visibilidad que le han dado colectivos como Cuac. Fm y Radio Filispín.

>> Conviene destacar la participación de Paula Polo y de Miguel Asterio, como los profesionales que han acompañado desde sus inicios el proyecto de radio, y muy especialmente a todas las personas integrantes de la Radio LibreMente en sus diferentes fases, cuyos nombres no citaremos por respeto a su confidencialidad.

>> Esta experiencia de APS ha sido acogida por el Grupo de investigación ECIGAL, en su apuesta por la alfabetización mediática y las pedagogías críti-



cas y transformadoras, y certificada por la Oficina de Cooperación y Voluntariado de la UdC.

Referencias

>> Barba, M.; Expósito, A. & Morán, C. (2021). Ocio en prisión. Estudio de caso de una experiencia de participación proyectiva. *Educació Social. Revista d'Intervenció Socioeducativa*, 79, 77-99. <https://www.raco.cat/index.php/EducacioSocial/article/download/386386/487866>

>> Barba, M.; Morán, C. & Cruz, L. (2017). Animación Sociocultural en prisión. >> Experiencia en el Centro Penitenciario de Monerroso. Editorial Popular.

>> Contreras, P. (2014). La alfabetización mediática como herramienta de intervención en prisiones. Tesis doctoral. Universidad de Huelva. Departamento de Educación. Accesible en: <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/7946>

>> Puig, J.M.; Batle, R.; Bosch, C. & Palos, J. (2007). Aprendizaje-Servicio. Educar para la ciudadanía. Ed. Octaedro.

>> Radio LibreMente (2019). Documento Marco de la Radio LibreMente. Documento interno no publicado.

>> Rodríguez, J., Larrauri, E. & Güerri C. (2018). Percepción de la calidad de vida en prisión. La importancia de una buena organización y un trato digno. *Revista Internacional de Sociología*, 76(2), e098. <https://doi.org/10.3989/ris.2018.76.2.16.159>



CAPÍTULO VI

LA COBERTURA MEDIÁTICA DE LA SALUD PÚBLICA EN ESPAÑA: UN ESTUDIO EXPLORATORIO SOBRE EL TRATAMIENTO DE LA SALUD EN LAS RADIOS LIBRES Y COMUNITARIAS

Isabel Lema Blanco*Universidade da Coruña*

1. INTRODUCCIÓN

La pandemia de la Covid-19 y la lucha contra ella tuvo un efecto disruptivo en el discurso político y mediático sobre la salud pública. La comprensión y la aceptación social de las decisiones adoptadas por los poderes públicos, incluyendo aquellas que implicaron la restricción temporal de libertades como la movilidad, estuvo estrechamente ligada al nivel de información a la que los ciudadanos tenían acceso y a su capacidad para evaluar la necesidad de dichas medidas y sus beneficios para la sociedad en su conjunto (Jalow et al., 2023).

El papel de los medios y el periodismo como fuente de información creíble volvió a quedar en evidencia tanto en el contexto español como europeo e internacional. La demanda de información sobre la Covid 19 favoreció el consumo de medios de comunicación confiables, pero también se propagó la desinformación y la difusión de bulos y noticias falsas a través de Internet, las redes sociales virtuales, o los servicios de mensajería instantánea. Para contrarrestar los efectos de fenómenos como la desinformación o la infodemia, la alfabetización mediática e informacional (AMI) se propone como un importante campo de acción, como así se recoge en el articulado la nueva Ley 13/2022, de 13 de julio, General de Comunicación Audiovisual. Dicha ley establece que los medios de comunicación, entre los que se encuentran los medios comunitarios, son actores relevantes para los programas de alfabetización y formación mediática, acentuando su responsabilidad social como educadores de la ciudadanía.

La alfabetización mediática e informacional es un concepto dinámico que evoluciona con el tiempo en respuesta a factores tecnológicos, sociales, cultu-



rales, económicos y políticos. La alfabetización mediática se comprende como un conjunto interrelacionado de competencias que ayudan a las personas a comprender y evaluar críticamente el contenido de los medios, conocer cómo funcionan los procesos de producción, edición y financiación de contenidos informativos, en una amplia diversidad de entornos comunicativos, incluidos los digitales, así como adquirir las competencias necesarias para utilizar su potencial creativo y participativo (Jalow et al., 2023).

En España existe, desde el inicio de la transición democrática, una larga tradición de medios libres, comunitarios o de titularidad ciudadana. Dichos medios se caracterizan por ser entidades privadas, sin ánimo de lucro, generalmente gestionadas por asociaciones o colectivos ciudadanos. Su principal misión es la prestación de servicios de comunicación para atender las necesidades de expresión de las comunidades locales, culturales y grupos sociales específicos.

El sector de los medios comunitarios cuenta con una amplia experiencia como espacios informales de formación mediática (Lema-Blanco, 2016). La mayoría de las radios comunitarias españolas desarrollan procesos de alfabetización mediática en sus propios espacios o a través de acuerdos con otras entidades sociales o instituciones educativas. Algunos estudios recientes han destacado el papel de las radios comunitarias en el desarrollo de competencias mediáticas y habilidades sociales de sus integrantes (Lema-Blanco et al., 2016). Otros autores han puesto el acento en la función social que estas entidades pueden desempeñar como instrumentos para la inserción social de personas con diversidad funcional, personas diagnosticadas de trastorno mental grave o enfermedades crónicas (Lema-Blanco, 2018).

Esto es posible porque, en su actividad diaria, estos medios abren sus puertas a colectivos habitualmente infrarrepresentados en los medios convencionales, contribuyendo a luchar contra los estereotipos y prejuicios frecuentemente presentes en los medios de comunicación convencionales (Barranquero et al., 2015). Por ejemplo, durante el primer año de pandemia, los medios libres y comunitarios españoles respondieron a las demandas de información de sus comunidades de referencia a través del desarrollo de un trabajo de comunicación de proximidad y de acompañamiento, mostrando las voces “de los sin voz” y las perspectivas de aquellos que no eran de interés de los medios generalistas (Pérez-Martínez et al., 2021). Los medios comunitarios fueron



capaces de responder a las necesidades de sus comunidades, destacando además por su capacidad de trabajo en red, impulsando, por ejemplo, proyectos colaborativos como “El Otro Coronavirus” (ReMC, 2020) durante los meses más duros de la pandemia (Pérez-Martínez et al., 2021).

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El presente trabajo se elaboró en el marco del proyecto europeo “European Excellence Exchange in Journalism (E3J): A media and information literacy Approach for Civic Empowerment in Public Health” (2022-2023) (Un enfoque de alfabetización mediática e informacional para el empoderamiento cívico en salud pública). Este proyecto de investigación-acción tiene por objeto realizar un estudio sobre la cobertura mediática de la salud pública en los medios comunitarios de cuatro países europeos: España, Austria, Irlanda y Dinamarca, para impulsar, a continuación, programas de formación que ayuden a mejorar la cobertura informativa y la producción audiovisual dirigida al sector de medios comunitarios de estos cuatro países (Jalow et al., 2023).

Los objetivos específicos del estudio de caso español fueron los siguientes:

>> Conocer las experiencias de los medios libres, comunitarios, sin ánimo de lucro en la cobertura de los temas de salud pública.

>> Identificar casos de buenas prácticas comunicativas en el sector de los medios comunitarios.

>> Extraer aprendizajes sobre las formas más adecuadas de abordar la información y comunicación sobre temáticas especializadas en salud pública y alfabetización científica con el fin de mejorar las competencias de la ciudadanía. Se diseñó una metodología de corte cualitativo, que combinó las siguientes técnicas de recogida y análisis de datos:

(i) la revisión documental; (ii) encuesta (online); y (iii) entrevistas semiestructuradas a expertos en salud pública y en medios comunitarios.

El trabajo empírico se realizó en los meses de junio a septiembre de 2022.

(i) Revisión documental

La técnica de revisión documental fue empleada para realizar un análisis de los temas de discusión destacados o relevancia sobre salud pública que han



recibido un mayor interés mediático e identificar las problemáticas o lagunas existentes o potenciales desde la perspectiva de la educación para la salud. Se realizó una revisión de documentos científicos, artículos periodísticos, o literatura gris existente sobre el tratamiento de temas de salud pública en medios de comunicación y, especialmente, en los medios libres y comunitarios españoles. Finalmente se analizó la experiencia de diferentes proyectos de radio que abordaron temas de salud, a través de la revisión de sus Webs y podcasts.

(ii) Encuesta online

Simultáneamente, se diseñó un cuestionario para conocer el esfuerzo que realizan los medios libres y comunitarios españoles por informar y divulgar conocimientos sobre temáticas especializadas como salud pública, medio ambiente, ciencia y tecnología, e identificar ejemplos de buenas prácticas comunicativas. La encuesta fue distribuida a través de un formulario web entre las entidades integrantes de la Red de Medios Libres y Comunitarios (ReMC), la asociación estatal más representativa del sector, con más de 40 entidades asociadas. La encuesta fue cumplimentada en su integridad por un total de trece emisoras comunitarias, con la siguiente distribución territorial: Comunidad de Madrid (n=7), Galicia (n=2), Andalucía (n=1); Euskadi (n=1), Castilla y León (n=1), y Comunidad Valenciana (n=1)

(iii) Entrevistas semiestructuradas

Los resultados de la encuesta permitieron identificar una serie de radios comunitarias donde las temáticas sociosanitarias han contado con una especial atención. A continuación, se realizaron cinco entrevistas a expertos en la divulgación e información sociosanitaria: cuatro de ellas estaban involucradas en la producción de programas sobre salud en emisoras comunitarias, con la siguiente afiliación: Onda Color, Málaga (n=1); Onda Merlín Comunitaria, Madrid (n=1); Cuac FM, A Coruña (n=1). El quinto experto fue un catedrático universitario responsable de programas de divulgación y educación para la salud (afiliación: Universidade da Coruña, Consello Galego de Saúde).

3. RESULTADOS

3.1. LA SALUD PÚBLICA EN ESPAÑA:

TEMAS DE DISCUSIÓN EN LA ARENA PÚBLICA

El análisis del discurso a nivel español sobre la salud pública muestra que,



en los últimos años, el tratamiento del virus COVID-19 ha sido el principal tópico de discusión en la arena pública, así como las consecuencias que ésta ha tenido a nivel social como, por ejemplo, el impacto negativo de la pandemia sobre la salud mental de la población joven y adulta. Ciertos grupos de población han sufrido altos niveles de estrés, episodios de ansiedad o depresión, lo que ha sido objeto de debate político y mediático, como reflejó la revista de El Diario de julio de 2022, poniendo en evidencia la insuficiente capacidad del sistema público de salud para garantizar el bienestar psicológico y emocional de la población.

En segundo lugar, se ha incrementado de manera sustancial la conciencia pública acerca de los problemas de salud que afectan a la población infantil y juvenil. La evidencia científica apunta a una relación directa entre el bienestar y la calidad de vida de las personas, incluido el desarrollo cognitivo de los más jóvenes, y las condiciones ambientales en las que viven estas personas. El impacto de la calidad ambiental urbana sobre la salud de las personas ha sido objeto de una creciente cobertura mediática, lo que ha contribuido a la promoción de políticas innovadoras destinadas a mejorar la calidad de los espacios urbanos, reducir la contaminación de los automóviles y fomentar estilos de vida activos.

Otro de los temas objeto de debate reciente en España tiene que ver con la promoción de prácticas dietéticas saludables y sostenibles entre la población infantil y adulta. España ha estado asociada durante mucho tiempo a las dietas mediterránea y atlántica, ambas consideradas dos de los patrones dietéticos más saludables del mundo. Sin embargo, dichos hábitos alimentarios están mudando hacia la denominada “dieta occidental”, lo que ha incrementado los índices de sobrepeso y obesidad en la población, con mayor incidencia sobre el cáncer y algunas enfermedades cardiovasculares.

Para hacer frente a este problema, las autoridades han impulsaron diversas campañas destinadas a promover estilos de vida saludables entre la población. Sin embargo, estas políticas han sido muy criticadas en los medios de comunicación comerciales, especialmente en el ecosistema de medios conservadores, debido a la influencia ejercida por la industria alimenticia. Existe, por ejemplo, una sobrerrepresentación de la publicidad de productos poco saludables en los medios audiovisuales (ej. bebidas alcohólicas o azucaradas, comida rápida, etc.) empleando, además, estrategias altamente persuasivas



(Cerezo-Prieto et al., 2022). Personalidades de los medios, como reconocidos periodistas y locutores radiofónicos, son utilizados frecuentemente como prescriptores o reclamos en anuncios publicitarios relacionados con la alimentación, lo que supone un tipo de aval o publicidad ilícita o bastante cuestionable debido a su influencia sobre la opinión pública, como alerta García Arranz (2021).

3.2. LAGUNAS Y PROBLEMAS ACERCA DE LA COBERTURA DE LA SALUD

El creciente número de fuentes de información sobre la salud no parece haber contribuido a aumentar la alfabetización científica de los ciudadanos. Al contrario, los fenómenos de fake news, desinformación y aparición de fuentes de pseudomedicina se han visto extremadamente fortalecidos durante la crisis del COVID-19 y los años posteriores. Por ejemplo, un estudio realizado en España por Salaverría et al. (2019) encontró que un tercio de la información sobre la pandemia contenía falsedades sobre temas científicos y relacionados con la salud, identificándose cuatro tipos principales de bulos: bromas, exageraciones, información descontextualizada e información engañosa.

El fenómeno de la desinformación se ha convertido en un reto para el sistema sanitario. Como muestran los resultados de la encuesta realizada por la iniciativa #SaludsinBulos (2021), la información sobre salud en los medios es muy imprecisa, adolece de escasa rigurosidad y es, por ende, poco confiable. Los profesionales de la salud perciben que el acceso masivo de la población a fuentes de información no científicas (ej. “Google”) tiene un efecto negativo sobre la confianza de los pacientes en el conocimiento médico, lo que también puede influir en la disposición de estos a seguir una prescripción médica para hacer frente a sus enfermedades.

Las temáticas sobre salud que han sido abordadas con mayor frecuencia por la prensa están relacionadas con el cáncer, la sexualidad y la reproducción, el sida, las drogas (incluido el tabaco), los trastornos mentales y los relacionados con la nutrición. Sin embargo, la concentración de medios y la homogeneidad de la información ha llevado a que los temas de salud sean escasamente abordados en espacios específicos o por profesionales especializados.

Algunas fuentes expertas apuntan al insuficiente conocimiento existente acerca de la salud de la mujer o de algunas enfermedades padecidas mayori-



tariamente por la población femenina (ej. artritis reumatoide, problemas de fertilidad, depresión). El sesgo de género en medicina ha sido abordado por medios como Newtral (2021) o The Guardian, que publicó, en 2019, el reportaje “Las mujeres han sido lamentablemente desatendidas: ¿La ciencia médica tiene un problema de género?”. Aunque esta problemática todavía es ampliamente desconocida por la ciudadanía e incluso por las mujeres que padecen dichas enfermedades.

3.3. LA COBERTURA DE LA SALUD EN LOS MEDIOS COMUNITARIOS: RESULTADOS PRELIMINARES.

Los medios comunitarios españoles cuentan con una larga experiencia en la producción de programas que abordan la temática de la salud pública. Los resultados de la encuesta exploratoria realizada en el marco de este estudio arrojan que ocho emisoras de radio contaban en 2022 con uno o más programas totalmente dedicados a temas de salud pública, tal y como ilustra el gráfico 1, debajo. Además, dos emisoras contaban con una o varias secciones sobre salud en su programación habitual, mientras que 1 emisora reconoce haber contado con estos contenidos en el pasado, aunque no actualmente (Ver gráfico 1).

GRÁFICO 1

Emisoras comunitarias que ofrecen una cobertura especializada sobre salud pública (actualmente o en el pasado). Muestra total: n=13. Datos en número.

Temáticas especializadas dentro de uno o varios programas



Programase especializados



Trataron este contenido en el pasado



No tratan este contenido



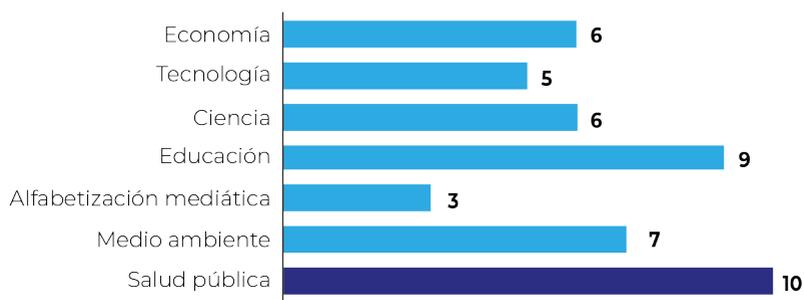
Nota: Emisoras comunitarias que cuentan, o contaron en el pasado, con programación propia sobre salud pública, comprendida en un sentido amplio, incluyendo salud laboral, salud mental, educación para la salud, etc.



En cuanto a las principales temáticas abordadas en su programación diaria o semanal, el gráfico 2 muestra que la salud pública es la temática a la que diez de las trece entidades que conforman la muestra del estudio prestan mayor atención, mientras que la educación y el medio ambiente es una temática abordada con frecuencia por nueve y siete emisoras comunitarias, respectivamente. La ciencia y la economía son temáticas abordadas en seis de estas emisoras, mientras que los contenidos relacionados con la tecnología o la alfabetización mediática son de interés únicamente para cinco y tres emisoras respectivamente. (Ver gráfico 2)

GRÁFICO 2

Principales temáticas abordadas de manera especializada en las emisoras comunitarias. Muestra total: n=13. Daros en número.



Nota: Emisoras comunitarias que cuentan o contaron en el pasado con programas propios especializados en economía, tecnología, ciencia, educación, alfabetización mediática, medio ambiente y salud pública.

Atendiendo al grado de participación de expertos en la producción radiofónica, las emisoras comunitarias suelen contar, entre sus filas, con científicos y expertos del sector sociosanitario, sin bien éstos suelen participar en calidad de colaboradores habituales o expertos, o en calidad de entrevistados, reduciéndose a seis el número de emisoras que cuentan con científicos o profesionales sociosanitarios involucrados directamente en la producción de un programa de radio (Ver gráfico 3). Los resultados de la encuesta apuntan también a una escasa participación de expertos del ámbito tecnológico debido a las dificultades encontradas por estos medios para acceder a este tipo de fuentes.



GRÁFICO 3

Principales tipologías de expertos involucrados en la producción de programas en las emisoras comunitarias. Muestra total: n=13. Daros en número.



Nota: Emisoras comunitarias que cuentan programas propios producidos con la participación de expertos del sector sociosanitario, tecnológico, educativo y por entidades y colectivos del tercer sector y otros grupos sociales. alfabetización mediática, medio ambiente y salud pública.

Atendiendo a la programación propia de las emisoras comunitarias españolas dedicada específicamente a la cobertura de la salud pública, la tabla 1 muestra que la salud mental (n=8) y la educación para la salud (n=7) son las temáticas más comunes en estas emisoras. La diversidad funcional (n=1), la psicología del trabajo (n=1) o la divulgación científica sanitaria con perspectiva de género (n=1) son temáticas abordadas con menor frecuencia en programas específicos, aunque existen, no obstante, proyectos con larga trayectoria en estos medios. (Ver tabla 1 pag. 88)

La temática denominada salud mental engloba un buen número de proyectos radiofónicos impulsados por emisoras de radio en colaboración con entidades públicas como centros de rehabilitación psicosocial o centros asistenciales ubicados en diferentes localidades y distritos. Este fenómeno se observa especialmente en la Comunidad de Madrid, con ejemplos como Ábrete Cami-



>> TABLA 1

**PROGRAMAS RADIOFÓNICOS DEDICADOS
A TEMÁTICAS RELACIONADAS CON LA SALUD PÚBLICA**

SALUD MENTAL

Nombre del programa	Emisora
"Mejor Imposible"	Onda Merlín Comunitaria (Madrid)
"El Espejo"	Onda Merlín Comunitaria (Madrid)
"Ábrete Camino"	Onda Merlín Comunitaria (Madrid)
"La Luciérnaga"	Radio Almenara (Madrid)
"Radio Trajineros"	Radio Almenara (Madrid)
"Radio Prometea"	Cuac FM (A Coruña)
'Radioklmente',	Radio Vallekas (Madrid)
"Salud Mental"	Onda Color (Málaga)

EDUCACIÓN PARA LA SALUD

Nombre del programa	Emisora
"Onda Salud"	Onda Merlín Comunitaria (Madrid)
"El árbol de la vida"	Onda Color (Málaga)
"Salud en Palma Palmilla"	Onda Color (Málaga)
"El pregonero"	Radio Cigüeña (Rivas-VaciaMadrid)
"Cuidado Corazón"	Cuac FM (A Coruña)
"Conexión CMS"	Radio Enlace (Madrid)
'Quiere-T Mucho'	Radio Vallekas (Madrid)

DIVERSIDAD FUNCIONAL

Nombre del programa	Emisora
"Échale Papas"	Radio Almenara (Madrid)
"Radio Inclusión-Cocemfe"	Radio Enlace (Madrid)

PSICOLOGÍA Y SALUD LABORAL

Nombre del programa	Emisora
"EnWorking"	Cuac FM (A Coruña)

DIVULGACIÓN CIENTÍFICA, SALUD Y GÉNERO

Nombre del programa	Emisora
"La Ciencia es Femenino"	Cuac FM (A Coruña)

Fuente: Elaboración Propia



no (OMC Radio), Radioklmente (Radio Vallekas) o Trajineros (Radio Almenara). Estos programas suelen estar coordinados por un profesional terapeuta o psicólogo, y tienen como fin el empoderamiento y el desarrollo de diferentes competencias sociales de las personas involucradas en el proyecto, que son habitualmente las personas usuarias de dichos centros. Situación diferente es el caso de Radio Prometea (Cuac FM), programa impulsado autónomamente por personas diagnosticadas con enfermedad mental e involucrados en el movimiento internacional “Intervoice”.

La temática denominada educación para la salud agrupa aquellos programas radiofónicos impulsados habitualmente por profesionales del sector de la salud. Su objetivo es aumentar la alfabetización de la ciudadanía sobre salud - comprendida como un completo estado de bienestar físico, psíquico y social- y promover estilos de vida saludables como, por ejemplo, el programa El Árbol de la Vida (Onda Color) y Onda Salud (OMC Radio), Conexión CMS (Radio Enlace) o Cuidado Corazón (Cuac FM), con un enfoque específico en la prevención de las enfermedades cardiovasculares.

Emisoras como Radio Almenara o Cuac FM se caracterizan por producir proyectos radiofónicos con abordajes novedosos, como es el caso del programa Échale Papas (Radio Almenara) sobre diversidad funcional, que involucra a jóvenes de dicho centro ocupacional en el proceso de producción y emisión de un programa de radio. Cuac FM cuenta, entre sus asociados, con profesionales y expertos del sector sociosanitario que han promovido proyectos radiofónicos como La Ciencia es Femenino, orientado a la divulgación científica con un enfoque de género, o En Working, que aborda temáticas relacionadas con la salud laboral y la psicología del trabajo.

4. CONCLUSIONES

Este estudio exploratorio ha tenido por objeto profundizar en la cobertura mediática de la salud pública, poniendo el foco en el trabajo desarrollado por los medios comunitarios. De los resultados presentados en este artículo se concluye que la alfabetización mediática e informativa es un importante campo de acción para las radios comunitarias españolas que, en su actividad diaria, facilitan la participación mediática de profesionales y expertos del ámbito sociosanitario. Dichos profesionales suelen participar, habitualmente, en calidad de fuentes informativas y colaboradores expertos. Existe, no obstante,



un buen número de programas de radio, ya veteranos, donde estos expertos se involucran en la producción de programas radiofónicos dedicados a divulgar conocimientos científicos, a educar y empoderar a la ciudadanía a través del conocimiento científico y relacionado con la salud desde una perspectiva integral.

Junto a ellos, existen diversos proyectos radiofónicos producidos en estas emisoras en virtud de acuerdos de colaboración con instituciones sociosanitarias y que se caracterizan por tener un fin socioeducativo o de favorecer la inclusión de los usuarios de dichas instituciones. Así, las emisoras comunitarias han abierto sus micrófonos a personas con enfermedades mentales, a grupos de familiares y a entidades y colectivos diversos integrados en el ámbito de la salud pública, confirmando estudios previos desarrollados en España (Barranquero et al., 2015; Lema-Blanco, 2018; Pérez Martínez et al., 2021). Es preciso señalar, no obstante, como limitaciones de este trabajo, su carácter exploratorio y preliminar, dado el reducido número de respuestas obtenidas en la encuesta online. Sería preciso ampliar la muestra de emisoras participantes en este estudio de caso, tanto en número como en su distribución territorial. Ello permitiría tener una imagen más representativa de la cobertura que el sector de los medios comunitarios realiza sobre la salud pública e identificar sus fortalezas, debilidades y oportunidades de aprendizaje, para un mejor desempeño de su papel como divulgadores y educadores comunitarios

5. AGRADECIMIENTOS Y APOYOS

Esta investigación ha sido cofinanciada por el Programa Europa Creativa del European Commission Directorate-General for International Partnerships (EuropeAid HQ) en el marco del proyecto European Excellence Exchange in Journalism <https://www.e3j.org/>. La autora quiere agradecer la colaboración de las personas radioactivistas y expertas que han contribuido en este estudio respondiendo a la encuesta y/o a la entrevista individual.

Referencias

>> 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.



>> Cerezo-Prieto, M., Frutos-Esteban, FJ, & González-Fuentes, A. (2022). Estrategias persuasivas en la publicidad televisiva de alimentos en España. Cuadernos de Información, (52), 285-306.

>> García-Arranz, A., Perelló-Oliver, S., & Muela-Molina, C. (2021). El papel de las personalidades de la radio como patrocinadores de los complementos alimenticios. Un análisis de los reclamos relacionados con la salud (H-RC) en las menciones de radio en español. Revista Latina de Comunicación Social, (79), 263-281.

>> Jalow, B., Peissl, H., Olipitz, S., Cush, K. & Lema-Blanco, I. (2023). Public Health Literacy and Community Media in Europe. E3J Report based national research undertaken in Austria, Denmark, Ireland and Spain. Wien: COMIT <https://www.e3j.org/>

>> 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: CEESG/NEG.

>> 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.

>> León, B., Martínez-Costa, MP, Salaverría, R., & López-Goñi, I. (2022). Desinformación relacionada con la salud y la ciencia sobre el COVID-19: un análisis de contenido de los bulos identificados por los fact-checkers en España. PloS uno, 17(4), e0265995.

>> Pérez Martínez, J.E., Reguero, N., Tornay, C., Muñoz, D.D. y Barranquero, A. (2021). Los medios libres y comunitarios frente a la crisis del coronavirus. En: A. Barranquero y E. González-Tanco (Coords.), Informe anual 2020. Prácticas e investigaciones en el Tercer Sector de la Comunicación, (pp.5-7). Madrid: RICCAP.

>> Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, MC (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. El profesional de la información, 29(3).



CAPÍTULO VII

TELECLUBS EN LA GALICIA RURAL (1964-1979). UN MODELO MODERNO PARA UN “TEMPO DE PEDRA”

Juan José García Rodicio

Universidade da Coruña

1. INTRODUCCIÓN

¿Cómo encajan los Teleclubs (TC) en un Congreso de Medios de Radio Comunitarias? El acercamiento al fenómeno de los TC plantea casi tantas dudas como certezas. Una certeza es la de que fue un fenómeno masivo, y la duda es la de por qué es tan desconocido en los medios académicos y historiográficos de los medios de comunicación. Esta comunicación es apenas un bocado de la tese de unha persona que estuvo en la vuelta a emisiones regulares de Radio Clavi Lugo desde 2005 y que antes había hecho radio cultural en radio convencional.

1.1. ESTADO DEL ARTE

Las referencias a los TC en Galicia de la época del Franquismo (Cendán, 2017) son escasas apenas locales. También surgen sorprendentes juicios y consideraciones aisladas en trabajos académicos que chocan y contrastan con la imagen que tenemos sobre la época de la “Larga Noche de Piedra” (Celso Emilio Ferreiro), en la que por acaso no se podía ni vivir, ni mucho menos tener una vida “normal”.

La reciente Tesis de Oliva Amorin (2019) pone cómo término de comparación de las radios comunitarias de los 90s a los teleclubs que la autora conoció en exploraciones académicas, y de los que halla desarrollos muy autónomos y de empleo de la tecnología en la generación de un espacio social dinámico. En la exposición del Consello da Cultura Galega, “Galicia en 100 obxetos”, el objeto n.º 87 (Pousa, 2016) es un “televisor de Teleclub”. No “El televisor” sino que este donante, decano de la facultad de Periodismo, catedrático y experto en historia de la radio en Galicia considera que el “televisor de teleclub” es un objeto relevante del siglo XX en Galicia.



En la tesis de la ferrolana emérita Rosa Cal, historiadora de los sucesos del Ferrol del 1972, --hoy en las carteleras del cine--, o de Radio Liberty, en su tesis sobre publicaciones alternativas alrededor de los inicios de la Transición da cuenta de ciertas publicaciones en Galicia que tienen a los TC como editores y promotores. En la tesis sobre la Música en la Transición (Campos Calvo-Sotelo, 2009) en una entrevista con un cantor de Voces Ceibes los TC son considerados como “subversivos” en aquella época.

Otro caso que emparenta en la Red Sociocultural actual a los TC con las radios es el hecho de que Radio Piratona de Vigo en el 2022 y desde hace años emite desde el Teleclub de Valadares, en el área rural-industrial (que no tiene por que ser un oxímoron) de Vigo. En ese lugar se constituye el Teleclub con mayor éxito y desarrollo de Galicia, regido por una dirección propia, con gerencia de instalaciones con una sofisticación extraordinaria, con campos de deportes, orquesta filarmónica, salón de actos multitudinario, sede de eventos culturales y artísticos de vanguardia durante décadas. Y sede del grupo de Teatro que participó en más muestras de Teatro de Ribadavia de la Agrupación Cultural Abrente, cuna del Teatro Gallego Contemporáneo en los 70s.

1.2. QUE SON LOS TC

El Diccionario gallego de la televisión (Pazo, 2005) dice que teleclub es un lugar de recepción colectiva de televisión. Como veremos, en Galicia llegó a ser en muchos lugares mucho más que eso, un verdadero centro de desarrollo sociocultural y comunitario. Radio Canadá en los años 30 experimentó con uno programa de educación dirigido a los individuos más alejados de las poblaciones, que podían desconectarse de un mundo que avanzaba a pasos agigantados.

La UNESCO en los años 50s da el aval para un estudio de empleo de la televisión en la área rural de París en Francia, y luego estas experiencias se replicarán en Japón, Italia y otros. En Francia consistía en clubes de escucha de televisión en los que aparte de comentar los propios programas de televisión que se emitían, con unas guías previas, también se hacían encuestas de recepción y audiencia y se acercaban propuestas para nuevos temas de los programas que se emitirían posteriormente. En Francia quien lideraba estas iniciativas de educación popular era la asociación de gentes de la cultura Peuple et Culture, en la Francia que crea el Ministerio de los Affairs Culturelles. En España estaban al tanto de estas corrientes de animación cultural y de la cultura popular pedagógicos como Adolfo Maillo,



un inspector educativo director de las revistas de pedagogía activa españolas más importantes, y que estuvo en comisión de servicios a petición de Manuel Fraga en la JCITE que promovía a los TC, aunque sale de esa experiencia de repente y escribe un libro en el 1966 relatando la programática de los TC, relacionados directamente con el desarrollo comunitario.

Podemos transcribir la definición que tenían para él los TC que le encargaron diseñar: (Maillo 1967, p. 303):

“... él teleclub, concebido como instrumento preferencial de una acción sociocultural que utiliza como incentivo catalizador una emisión de TV[...]

- a)** dar al tiempo libre empleo digno, en especial en los medios desfavorecidos en el orden cultural.
- b)** intensificar y estrechar los lazos de convivencia, una comprensión del respeto mutuo, el diálogo cortés, una tolerancia y una cooperación activa entre sus afiliados.
- c)** perfeccionar su instrucción la base de los programas de televisión, seguidos de discusión.
- d)** organizar otras actividades educativas y culturales diversas (lecturas comentadas, cine, audiciones musicales, charlas culturales, turismo social, teatro “amateur”, rondallas, exposiciones de artesanía, ...).
- e)** favorecer una iniciativa de estudio y mejora de las condiciones de una vida local y de una convivencia ciudadana”

El Grupo GESTA (grupo de Estudios Audiovisuales, es el encargado de redactar el piloto Plan Nacional de Teleclubs. Dirigía las sesiones García Jiménez y Jesús Moneo (delegado del Club de Roma, y primer director de Prospectiva de Vicepresidencia), con técnicos como Val del Omar, entregando en informe a Robles Piquer, director general de Información. Lo sorprendente de todo esto es que habían sido creados como Asociaciones, en el Franquismo. Así lo refieren sus estatutos aprobados y las autoridades así se refieren a ellos en público.



2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Para poder explicar la evolución social de una sociedad como la española que estaba en proceso de cambio partiendo de un estado menos evolucionado en un régimen autoritario con poca variedad ideológica la pregunta fulcral inicial a resolver como objetivo general es ¿Pudo ser el fenómeno de los TC un fenómeno moderno y modernizador a pesar de vivir en la época de la dictadura franquista? Y por tanto los objetivos específicos de un estudio introductorio serían:

- >> Reconocer si son innovadoras o motores de cambio las estructuras institucionales que lo sostenían.
- >> Reconocer en que consistía un teleclub y cuáles eran sus elementos técnicos más también los humanos.
- >> Asimismo conocer cual era su conformación y cual su currículo y contenidos ideológico-metodológicos.

2.1 MARCO TEORICO

Tomamos distintas perspectivas sobre este fenómeno que nos ofrecen teorías para la comprensión de este fenómeno, modernizador o no. La Teoría de la innovación (Rogers) describe que siguiendo las 4 fases de la implantación de las innovaciones existen unas minorías iniciales que innovan y luego una “early minority” que lo experimenta. También nos ayuda echar mano de las teorías de Rogers del método de comunicación social en “two step” en el que un mensaje para que llegue mejor es preciso que esté mediado por un comunicador que adapte el mensaje al terreno preciso y oídos precisos que escuchan el mensaje. Esa era la idea genuina de la elección de los monitores de teleclub desde dentro de la comunidad: ni muy avanzados en conocimientos ni escasos de estos para poder hablar e interpelar en el propio lenguaje de la comunidad.

Las Teorías de la Modernización (Inglehart) demuestran que tanto el desarrollo económico como los valores postmateriales son útiles y concomitantes en la modernización. La Teoría del Desarrollo Comunitario y de la Animación social (Freire, Ander Egg, y Trilla y otros en España) proponen que sin contar con ella gente no hay nada, ninguna dinamización ni desarrollo.



También son aportaciones útiles a nuestro caso a Teoría del Capital Social desenvueltas en paneles de la ONU en el 2000 sobre Crecimiento Sostenible, en el que lo social también es un capital igualmente a aquel físico o económico. Las asociaciones y las redes de personas son importantes y generarlas y emplearlas un útil imprescindible para poder llegar más allá del “Máximo de Pareto” un límite que la Economía de Mercado no sabe superar para mantener el crecimiento económico.

2.2. RECOGIDA DE DATOS

La recogida de datos para esta exposición de un estudio exploratorio, de carácter cualitativo se hace tomando casos significativos y una exploración de campo, y también partiendo de datos de los expedientes de creación en archivos históricos gallegos y estatales, así como manuales de historia de los medios de comunicación y las publicaciones propias de las instituciones que los animaban. Todo este fondo de datos forma parte de un estudio más grande y pormenorizado sobre los TC de Galicia y de Lugo en particular para la tesis del autor de esta comunicación.

Se escoge para esta comunicación como paradigmático el estudio del caso de Marei del ayuntamiento de O Corgo limítrofe con Lugo capital, siendo que es tanto para el investigador actual como para la administración de los TC de la época un ejemplo de buenas prácticas. Su promotor y rector fue el entonces sacerdote Eliseo López, que luego moró en Sada hasta sus últimos días, y a quien se le hizo una encuesta en profundidad y se recogió historia de vida. Asimismo el caso del TC de Valadares de Vigo, por su relación con los medios radiofónicos comunitarios en la actualidad.

3. RESULTADOS

Primero pondremos en contexto las instituciones consideradas modernizadoras o reformistas. De sucesivo nombraremos los medios audiovisuales que disponían una serie no menor de TC gallegos y alguna de sus experiencias. Fijaremos la atención en los elementos publicados de la propia Red de TC, tanto la tipología de publicaciones de apoyo a la actividad propia del TC como también en el caso de la visión crítica sobre el medio televisivo, describiendo someramente los textos publicados. También haremos recogida de datos sintéticos sobre las fases en la formación de monitores y la Televisión Escolar.



3.1. CONTEXTO POLÍTICO. SINE IRA ET STUDIO.

Los términos “Reformistas, Innovación y Franquismo” no tienen por que ser términos contrapuestos diacrónicamente, aunque sí sincrónicamente. Existían varias instituciones oficiales o de función pública que sirvieron de fuerza tractora de modernización del rural gallego.

>> Sectores reformistas del gobierno y el funcionariado sin limitaciones de la guerra civil que buscaban uno (el suyo) futuro, como el Grupo Tácito.

>> El Servicio de Extension Agraria (SEA), formados cómo comunicadores tanto como técnicos agrícolas.

>> Párrocos postConcilio Vaticano II obreiristas y ruralistas.

>> Maestros rurales, a que educaban la gente normal con sus tradiciones asociativas, con “menos pistolas y más escuelas”.

3.2. ELEMENTOS Y MEDIOS DE LOS TC

En primer lugar, para poder tener un teleclub era obligado articular una comisión gestora que vehiculara la creación de una asociación voluntaria con una directiva al uso con presidencia, vocales y con la figura del secretario/a -monitor/la como eje central dinamizador.

Asimismo pedía se que hubiera un local social, ya construido o por construir. Sin sede no era posible empezar un proyecto realmente popular en una comunidad. Los lugares donde la sede era la casa de un alcalde pedáneo o particular se frenaron en la “fase televisiva”. Aparte de tele ya de inicio se enviaron medios para articular una biblioteca y también otros enseres.

>> 3.2.1. MEDIOS AUDIOVISUALES

El medio técnico básico, era un Televisor con o sin AC/DC. Una vez agasajado por parte del Ministerio el aparato que aún no era electro-doméstico había que topar si el pueblo tenía corriente eléctrica alterna. En algunos casos de las provincias gallegas, y más en el interior, la corriente era suministrada por plantas hidráulicas que daban corriente continua. Un caso muy claro es



el de los TC del área de Piornedo de Ancares lucenses promovidos por uno de esos jovencitos “curas da montaña”, luego capellán castrense coronel en la Marina y que protagonizaron luego de la llegada de la TV una curiosa campaña de Enrique de él Arce del Ideal Gallego y universitarios de Santiago y de A Coruña por cuanto los niños de los Ancares vinieron a la Coruña a revisiones médicas en una caravana de SEAT 850 que patrocinaba el asunto.

No menos importante era que ese televisor tuviera una la antena bastante alta para traspasar las líneas de las montañas. En el caso de Sano Andrés de Teixido, el cura y promotor del teleclub --aún en pie a un lado del Santuario-- hizo monitorizaciones (primera acepción del término “monitor de emisiones de teleclub”) para saber si llegaba la señal y en que condiciones. En el rural gallego se vio la llegada del ser humano a la luna o ganar Eurovisión en blanco y negro en TC, donde acudía quien había querido.

Pero también es audiovisual otro tipo de combinaciones que campaban en las dotaciones de los TC de la RNT en Galicia en particular dado el patrocinio de la fundación Barrié para dotar de medios audiovisuales a los TC de nueva creación. Existía la oferta de proyectores de 16 milímetros, algunos defectuosos, y también campañas de cine por TC, con películas variadas, incluidas de Berlanga. Asimismo se ofertaba un sorprendente paquete de proyector de diapositivas junto con un sincronizador de audio para juntar en la imagen consecutiva incluso la dos aparatos y dar la impresión de documental audio visual. Así se podía ver “Ivanhoe” o documentos de naturaleza con música.

En aquella altura menos de un 10% de los españoles o gallegos tenían el tocadiscos que enviaron la TC, y también se suministraron magnetofones con bobinas para poder grabar conferencias o música. Muchos guateques en el rural gallego así se hicieron, con tocadiscos de TC, y “sencillos” de promoción de la marca Fundador, en el que iban saliendo los artistas de la época. Se dio el caso de que a modo de “cultura maker” en el TC de Marei construyeron una radio, que venía de la mano de aquellos que hicieron los cursos de CEAC por correspondencia, que tenían descuentos para miembros de TCs.

>> 3.2.2. PUBLICACIONES DE APOYO

La Revista Teleradio era la revista de la TVE dirigida en la altura por Adolfo Suárez, que servía de avance de los programas, dándose a conocer ciertos



personajes televisivos o de la sociedad con entrevistas y que iban callando en la población desde el medio televisivo.

La Revista o Boletín Teleclub, generada por la Red de TC incluía desde su inicio, aparte de las glorias o inauguraciones de las jerarquías las stories de los centros sociales TC, sus obras de teatro, sus iniciativas socioculturales, y por tanto generaban una red de comunicación y difusión de la fase post-televisiva. Los Libros RTVE-Salvat son la 1a colección popular de libros de bolsillo, los “telelibros”. Esta iniciativa salió a concurso público y dos editoriales se unieron para poner en el mercado un montón de libros de literatura, viajes o “del it yourself”. El primero fue la “Tia Tula” de Unamuno, aquel que el creador de la Legión fustigó en Salamanca con su “Muera lana Inteligencia” en 1936.

Asimismo a JCITE y RNT editó libros “tutoriales” específicos para TC sobre asuntos de dinamización socioculturales como por ejemplo hacer un grupo de teatro, como gestionar una biblioteca, como hacer cómics para presentar a los concursos de la JCITE, etc.

Derivado de esos estímulos o a la par los TC son sermón de los más antiguos grupos vivos de Teatro Aficionado como el de Valadares-Vigo llamado “Escoitade”, y así en otras provincias como el de Vilaronte- Foz “Axouxeres”, el más antiguo grupo de teatro aficionado de Galicia con actividad ininterrumpida de sus miembros.

También se suministraban otro tipo de publicaciones, incluso algún periódico provincial, como *Él Progreso de Lugo* durante algún año llegaba puntualmente al rural que tenía unos índices de lectura ínfimos, y hasta la Revista de Alfabetización Alba, que hizo alguna página especial de TC.

>> 3.2. 3. VIÑETAS CRÍTICAS SOBRE EL MEDIO TELEVISIVO

Un ejemplo, ya con el fenómeno y la RNT en fase madura es el visto en el boletín Teleclub, en el que junto con el anuncio de los concursos de la JCITE podemos observar unas portadas y logos vanguardistas para la época, con letrismo y banda diseñada.

Si nos paramos tan sólo un rato podemos observar cómo se trataba el medio televisivo de manera crítica en las propias páginas destinadas a los TC



rurales, --ya varios millares--, en un boletín de agosto del 1969, aún en la época de Manuel Fraga al frente del Ministerio.

En esta muestra a doble página podemos ver viñetas, algunas ya publicadas en otros lugares o de agencia, pero que en una revista de TC rurales cobraba otras connotaciones.

>> **Viñeta 1:** Un señor malencarado, de gafa de Carey le dice a su compañero de sofá muy airado, viendo la carrera de los ciclistas : “Sí todos fuesen españoles, vería usted como la ganaba un español”.

>> **Viñeta 2:** Apostillado simplemente como “escenas de la vida moderna” se ve la familia tipo, con el marido ensimismado en la tele, y la mujer pluriempleada con las labores todas domésticas

>> **Viñeta 3:** Un niño (y una niña) llaman por teléfono a TVE y dicen “Oiga “¿eres Televisión Española? Póngame con él que nos ha mandao que nos vayamos pronto la lana cama”.

>> **Viñeta 4:** Dos paisanos y en la lejanía una villa “Mira, ya sy ve lana ciudad! A ver sí eres verdad que eres como en lana “tele””.

>> **Viñeta 5:** Un médico con su bata apunta lo que le dice un paciente desde una pantalla de televisión que está posada en una camilla de consulta.

>> **Viñeta 6:** Un paisano en la tienda habla de otro “tradicional de chapelá” apelándole: “Como se conoce que oye por lana Tele a Criado de él Valle, ya dice “bilbado””.

Como se puede leer, se hablaba en esos TC rurales bastante claro, y se apelaba a su visión crítica.

3.3. TELE, TELE, TELEVISIÓN ESCOLAR

De los distintos modelos de hacer educación o formación en Televisión, TVE ensayó muchos métodos. Hubo en la parrilla televisiva desde el inicio



de las emisiones y durante una década desde “Universidad TV” o “Aula” que consistían en pasar la clásica conferencia o una tertulia de eruditos a una pantalla de televisión pero su rango de acción y público diana en una sociedad aún con muchas carencias era limitadísima.

La llamada “Televisión Escolar” (1968-70) como programa de emisiones tuvo otro enfoque por cuanto fue un programa de televisión con guión audiovisual, que aunque contemplaba secciones de materias o asignaturas escolares empleaba las técnicas propias de en medio y era dinamizado por una persona que hacía de interpretador de los contenidos, como fue el caso de Félix Rodríguez de la Fuente, que en esta Televisión Escolar tuvo su programa de fauna, antes de dar el paso en esas mismas fechas al legendario programa “Él hombre y lana Tierra” que fue la siembra de ecologistas y naturistas de toda España.

Por la mañana y durante varias horas podíase conectar la televisión para recibir contenidos escolares, y empezaba con la cantinela “Tele, Tele, tele.. Televisión Escolar” que personas de hoy alrededor de los 60 años aún recuerdan en nuestras muestras de campo. Entre las alrededor de 4000 televisiones que habían enviado parla las campañas de Extensión Cultural y Alfabetización más los otros tantos 4000 TC con educación de adultas que se habían pensado crear, supuestamente habría alrededor de esos 8000 lugares que habrían tenido una educación curricular por medio del medio televisivo.

El promotor y director de la Televisión Escolar fue el ex xesuista y promotor de los primeros TC universitarios Jesús García Jiménez, luego catedrático de Comunicación y que escribió el libro sobre la Cultura y Medios en el Franquismo en el que resume el mejor de la política cultural del Ministerio de Fraga en “Teleclubs, telelibros y festivales de España”.

3. 4. FASES EN LA FORMACIÓN DE MONITORES/AS

>> 1965. En ese primero momento en la que se hace el proyecto piloto de TC con apenas 100 lugares, están de monitores un tercio de maestros, de curas y de labradores. Algunos curas “laificables”, y algunas maestras “obreiristas”.

>> 1966-67. Aún en la fase política del Referendum de la Ley Orgánica del Estado de diciembre de 1966, en este año se preparan los Cursos Regionales el primero de ellos el gallego en la Toxa en marzo de 1967 en el que dimiten



a un delegado de ministerio de Lugo por decir que “no quería monitores alcaldes ni curas”. Los contenidos eran la destreza con los medios y desarrollo sociocultural comunitario.

>> **1969.** Ante el crecimiento exponencial se crea la figura de los asesores técnicos como mediadores, coordinadores. Hacen un curso de formación en dinamización cultural, con referentes en la animación francesa. En las cuatro provincias fue diferente el impacto de estas personas.

>> **1970.** Una vez cambiado el Ministerio, se producen interferencias del Servicio de Inteligencia de Carrero. Se intentan crear unos “Teleclubes urbanos” con labores de contrainsurgencia. El Director de la Red nacional de TC se niega, e intentan remontar su proyecto de desarrollo comunitario casi autogestionado, apoyado por sectores y su equipo como el asesor lucense Luis Cordeiro u Oscar Cacheiro en la Coruña.

>> **1974.** Muerto Carrero, Pío Cabanillas es Ministro del penúltimo gobierno de la Dictadura, e intenta darle un empuje a los TC rurales, a las Aulas de Cultura, y a los Ateneos (el de Madrid sobre todo).

>> **1978-9.** En estos años se da la Conversión a Asociaciones y Centros Culturales. Son de las primeras asociaciones que existieron en la Democracia.

4. CONCLUSIONES

El impacto del proyecto del Plan nacional de Teleclubes como centro social tiene dado frutos que disfrutamos décadas después y en otro régimen político distinto. Lo más transformador fue dar libertad a las iniciativas locales para desarrollar a su imagen y semejanza y según sus medios, aunque dotando de medios culturales (bibliotecas, audiovisuales) para que pudiesen experimentar con ellos sus posibilidades. Se deberá investigar con más detenimiento el fenómeno con más casos, y sería pertinente hacer un censo y estudio pormenorizado y estadísticamente significativo de TC.

El modelo de Política Cultural de la Administración de generar al mismo tiempo instituciones asociativas, programas de radiotelevisión o de cine, con dotación económica en medios, y con programas formativos a mediadores locales, más el empleo de métodos de la animación sociocultural es un mecanis-



mo de éxito, y este caso histórico es un ejemplo, por paradójico que parezca. Concluimos después del recorrer varios cientos de ellos que los TC pudieron ser y siguieron siendo en su medida:

>> Memoria viva del dinamismo en el rural y desde lo rural. Fueron pioneros de la Animación Sociocultural por medios y Asociaciones Culturales (y Deportivas, Vecinales, de fiestas y tradiciones populares (Entroidos del Ulla, Muestras de Alfarería de Buño o Bonxe, etc).

>> Pioneros en el empleo de recursos para las necesidades sociales de las propias poblaciones del rural galego, como las sedes fundadoras de Preescolar na Casa de los primeros cuatro centros pioneros que se implantaron en la provincia de Lugo como Marei (O Corgo).

>> Pioneros de Centros Sociais en Escuelas abandonadas.

>> Locales de encuentro en el rural. Algunos de los TC de Galicia, como tal local social son hoy mismo lugar de refrigerio, con cantina o bar a subasta pública o no, que sirven de nexo de unión en parroquias que no tienen establecimientos comerciales al uso. Así Montrove en Oleiros, Caritel o Gaxate (donde se hizo el primero “atardecer” moderno) en Pontecaldelas, en muchos en el Ayuntamiento de Pontearreas o Verín de Ourense. El proteger estos entes asociativos y que repercuten en la vida social también había debido ser motivo de legislación comercial, como lo fueron ya los furanchos de la zona de Pontevedra, para mantener su función social más allá de la economicista.

Nos seguimos preguntando ¿es que el rural y el franquismo nos quedan tan lejos? Por una parte es la historia de la época en la que vivieron nuestros padres y abuelos, madres y abuelas, y por otra parece que pasó en un tiempo indefinidamente lejano por alejado como si fuera un pozo infecto. Quitada la parte infectada por el virus autoritario, el cuerpo social supo salir del trance una vez retiradas las guerras, las pistolas y las injusticias. No se pasa de época cerrando los ojos, si no estando con ellos bien abiertos.

Paradójicamente o no los TC rurales sirvieron de alfabetización o introducción mediática a la galaxia televisiva de McLuhan a una parte no menor de la población que vivía en España o Galicia, en parroquias diseminadas en medio rural, sin avances tecnológicos y de confort equiparables a las ciudades.



Referencias

- >> Amorín, O.. (2019). Espacios comunitarios como lugares de encuentro social. De los teleclubs a las radios comunitarias en Galicia. Tesis de doctorado USC.
- >> Cendán Fraga, A. (2017). Periodismo e medios de comunicación en Galicia durante o Franquismo. Eds. do Castro.
- >> GESTA (1965). Hacia un Plan Nacional de Teleclubs. MIT
- >> García Jiménez, J (1980). Radiotelevisión y política cultural en él Franquismo. CSIC.
- >> Maillo, A. (1967). Cultura y educación popular. MIT
- >> Pujals, M. (2004). Els teleclubs a les Illes Balears. Menjavernts.

SECCIÓN II.



EXPERIENCIAS DE ALFABETIZACIÓN
MEDIÁTICA EN EL TERCER SECTOR
SOCIAL Y COMUNITARIO



CAPÍTULO VIII

**APRENDER CON ONDA:
APOYO AL APRENDIZAJE ESCOLAR EN EL TERRITORIO DE
PALMA PALMILLA, MÁLAGA**

Manuel Sánchez Vera**Tajani García Aciego****Alejandro Blanco Vallejo***Plataforma de Comunicación Comunitaria Onda Color.*

1. INTRODUCCIÓN

La Plataforma de Comunicación Comunitaria Onda Color es una asociación sin ánimo de lucro constituida en 2009, aunque la radio comunitaria Onda Color desempeña su labor en el territorio de Palma Palmilla, una zona de Málaga que abarca seis barrios y una población aproximada de 17.000 habitantes, desde 2008. Considerada zona con necesidades de transformación social o zona desfavorecida según la Estrategia Regional para la Cohesión e Inclusión Social en Andalucía (Junta de Andalucía, 2018, p. 58), el vecindario de Palma Palmilla ve en las altas tasas de desempleo, la falta de formación, el absentismo y el fracaso escolar algunos de los mayores obstáculos para el desarrollo del barrio y el bienestar de su población.

Sin embargo, quizás lo que mejor defina el territorio de Palma Palmilla más allá de sus necesidades o problemas sean sus potencialidades, un germen de transformación que va más allá de la mera normalización de la población, sino que apunta a una participación social comunitaria que haga de punto de encuentro entre los organismos oficiales de la administración, las entidades privadas, asociaciones y la población no asociada, de manera que se desarrolle un ejercicio democrático de transformación cultivando un movimiento social extraño y desconocido para otras zonas de la ciudad de Málaga, un proceso complejo que se resume en el Plan de desarrollo Comunitario Palma Palmilla Proyecto Hogar.

La metodología comunitaria persigue sobre todo generar un “Proyecto colectivo que, partiendo de las realidades locales y comunitarias específicas, pre-



tende la mejora o transformación de esas realidades.” (Blanco y Gomá, 2002, p.33) El proceso comunitario en Palma Palmilla se inició en enero del año 2006 a través del trabajo del Grupo Cimas de la Universidad Complutense de Madrid, siendo desarrollado posteriormente por el vecindario y las profesionales de los Servicios Sociales Comunitarios de la zona.

La existencia, sostenimiento y regularización de una radio comunitaria en Palma Palmilla es una de las propuestas vecinales incluidas en el Plan de Acción Integral (PAI) de 2011, el compendio de propuestas aprobadas por el vecindario implicado en el plan comunitario para transformar el barrio. Esta herramienta también aparece citada en el Plan Local de Zonas Desfavorecidas de Málaga, sección de Palma Palmilla, que viene a actualizar el PAI de 2011 y donde se relaciona a Onda Color con diferentes acciones educativas y en otros ámbitos.

Con el transcurso de los años, Onda Color se ha convertido en un importante eje del trabajo en red de las numerosas entidades que actúan en la zona. No en vano la radio comunitaria participa en buena parte de las mesas de trabajo del plan comunitario, encabezando la dinamización en algunas de ellas y siendo parte de los grupos de gobierno del proceso. Este principio participativo y organizativo “convierte a Onda Color en agente colectivo impulsor del desarrollo social y cultural de su entorno, e impulsor de la participación sociopolítica de la comunidad, por el discurso crítico que transmite y por el funcionamiento horizontal y participativo, abierto a la ciudadanía, puesto en práctica.” (Marí, 2018, p.91).

El estudio de caso que la Universidad de Cádiz hace sobre Onda Color en el proyecto “Evaluación y monitorización de la comunicación para el desarrollo y el cambio social en España” concluye que esta iniciativa lleva a cabo “un proceso de socialización tecnológica y educación informal, impulsando el desarrollo desde abajo, desarrollando alfabetización mediática y expresando la comunicación como un derecho, un proceso dialógico y horizontal y a la vez crítico; y que busca incidir en las estructuras socioeconómicas para lograr transformación”.

Como dicen Ceballos y Marí (2018, p. 90), “la emisora comunitaria Onda Color actúa como agente para la alfabetización mediática y como herramienta emancipadora de la ciudadanía; y [...] actúa como agente colectivo impulsor



del desarrollo social y cultural de su entorno, y potencia la participación sociopolítica de la comunidad”.

La ERACIS (Junta de Andalucía, 2018, p. 213) indica que los medios comunitarios en zonas desfavorecidas tienen “el papel dinamizador de la participación y la comunicación desde los medios comunitarios en las zonas desfavorecidas es una de las claves que potenciar para favorecer la inclusión social” y confiere a estos medios una misión de lucha contra el estigma social que sufre la ciudadanía de estos lugares.

A lo largo de los años, entre el 30 y el 50% de la directiva de la Plataforma de Comunicación Comunitaria Onda Color está formada por personas residentes en Palma Palmilla.

1.1. LA MESA DE EDUCACIÓN

Desde los primeros diagnósticos sociales desarrollados en el proceso, una de las principales conclusiones ha sido la importancia de la educación en la transformación del territorio, entendiendo la educación como un proceso amplio ubicado tanto en el aspecto escolar como en el ámbito no-formal e informal.

El liderazgo de la mesa de educación lo han desarrollado desde el principio los centros escolares, entendiendo a éstos como vehículos no sólo de transmisión de contenidos académicos, sino de valores y aprendizajes para la convivencia, la salud, la participación social y la plenitud de la persona.

Es en este marco de trabajo, un grupo formado por doce centros escolares, un centro de educación de adultos y numerosas entidades que trabajan con infancia y adolescencia, donde se integra el proyecto Aprender con onda.

1.2. APRENDIZAJE ESCOLAR EN PALMA PALMILLA DURANTE LA COVID-19.

En un entorno en el que ya a priori se encuentran trabas al desempeño escolar, el impacto de la pandemia supuso un retroceso en los esfuerzos educativos en el territorio, encontrándose un gran porcentaje del alumnado de la zona incapaz de acceder a los procesos online por falta de medios y viéndose agravado el problema del absentismo escolar.



Desde el trabajo en red de la mesa de educación se coordinaron numerosas iniciativas que perseguían mantener el contacto entre el alumnado y los centros escolares, con reparto de tareas impresas casa por casa, reacondicionamiento y donación de equipos informáticos y el proyecto Aprender con onda, que con el apoyo del Ayuntamiento de Málaga inició la generación de contenidos educativos en formato radiofónico, presentándolos de una manera dinámica y atrayente y haciéndolos accesibles a través de la FM (gratuita, a diferencia de lo online).

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.

El proyecto Aprender con onda nace con el objetivo de ayudar a superar las brechas digital y formativa presentes en el territorio de Palma Palmilla agravadas por el impacto de la pandemia de la COVID-19, acercando al alumnado de la zona aquellos contenidos escolares que más dificultad presentan a la hora de trabajarse en un estado de confinamiento. Sin embargo, con la evolución de la emergencia sanitaria y el retorno a las aulas el proyecto fue evolucionando para convertirse en un recurso de apoyo al trabajo de los docentes de los diferentes centros escolares y de las entidades de apoyo escolar.

Del mismo modo, los contenidos que al principio se presentaban únicamente en forma de podcasts y se retransmitían a través del FM de Onda Color, fueron diversificándose para incluir contenidos audiovisuales difundidos a través de Youtube y Whatsapp.

2.1. OBJETIVOS DEL PROYECTO

En la actualidad, los objetivos del proyecto Aprender con onda se plantean de la siguiente manera:

>> OBJETIVO PRINCIPAL:

>> Apoyar el éxito educativo del alumnado de Palma Palmilla a través de la producción y difusión de contenidos escolares en formato radio y audiovisual.

>> OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

>> Implicar al profesorado y al alumnado en el proceso de creación de contenidos.



- >> Difundir en la red contenidos educativos con referencias directas al territorio de Palma Palmilla.
- >> Apoyar al desarrollo y difusión de proyectos educativos en los centros escolares de la zona.

2.2. METODOLOGÍA

Aprender con onda parte de los mismos principios metodológicos que definen el Plan de Desarrollo Comunitario Palma Palmilla Proyecto Hogar, centrado en una participación activa de las personas destinatarias del proyecto en todas las fases del mismo, de manera que el propio proceso se defina desde una toma de decisiones realizada en común.

Para ello es indispensable partir de las propuestas del profesorado de los centros educativos del territorio, que, a través de entrevistas presenciales y cuestionarios, definen los contenidos que se deben incluir en las producciones a realizar. Con este fin, el equipo de Aprender con onda se compone con una perspectiva interdisciplinaria, incluyendo un coordinador, un técnico audiovisual y una periodista para la producción y difusión de los contenidos y un pedagogo que hace las funciones de supervisión pedagógica del proyecto y ejerce de nexo entre Aprender con onda y los centros escolares, manteniendo un contacto directo y recogiendo las necesidades que plantee el profesorado y darles cobertura desde el proyecto.

Todo el proceso se realiza desde el marco de la mesa de educación del Plan Comunitario Palma Palmilla Proyecto Hogar, en la que representantes de los centros educativos y de otras entidades plantean problemáticas y proyectos comunes. De este modo, el primer paso en el proceso es presentar cada temporada del proyecto en la mesa de educación, de manera que se puedan compartir propuestas de desarrollo del mismo, y posteriormente se realizan visitas a los centros educativos para entrar en contacto con el profesorado y que planteen los contenidos que les resulten más interesantes para reflejarlos en las producciones audiovisuales y radiofónicas.

Se ha desarrollado una guía de estilo para la producción de contenido que implica la duración aproximada de los mismos, el diseño de cabecera y cola y las fases que debe contener cada producción, divididas en presentación, explicación didáctica y llamada a la acción, así como una serie de claves de estilo



ajustadas a la etapa educativa del público objetivo. La utilización del humor y las alusiones a la geografía del barrio y al día a día de los jóvenes que lo habitan son claves para captar su interés que aparecen tanto en la guía de estilo sonora y audiovisual como en las piezas producidas.

Todo el proceso tiene su base teórica en la Teoría cognitiva del aprendizaje multimedia desarrollada por Richard Mayer y citada por Pedro A. Tamayo (2018) observando los doce principios que influyen en los procesos cognitivos: irrelevante, intrínseco y generador, disminuyendo las interferencias provocadas por el primero y potenciando los dos posteriores. De este modo, las producciones persiguen hacer el proceso de aprendizaje más eficiente limitando los excesos de información innecesaria o confusa, ajustándose al entorno y al conocimiento previo del alumnado, con un ritmo fluido, combinando el canal visual y el auditivo, desde un lenguaje cercano y familiar.

Toda la información recogida se comparte posteriormente con el equipo de producción que desarrolla los guiones según las propuestas del profesorado y la guía de estilo planteada, para generar las producciones que semanalmente se van publicando en redes y compartiendo a través de las listas de difusión de Whatsapp a los participantes que previamente han accedido a compartir sus datos con Onda Color según la legislación actual de protección de datos.

Todo el contenido vuelve a los centros a través del propio profesorado participante tanto a través de Whatsapp como del correo electrónico, de manera que lo tengan disponible para su uso en el aula o su envío al alumnado a modo de apoyo para la tarea escolar, así como generar un feedback que permita realizar mejoras para posteriores producciones. Cada semana de desarrollo del proyecto se generan un vídeo de aproximadamente cinco minutos de duración y dos podcasts de entre cuatro y seis minutos, alternando contenidos de primaria y secundaria.

Durante el desarrollo del proyecto, éste se ha ido adaptando a las propuestas y necesidades planteadas por el profesorado participante, generando sinergias para ir respondiendo a situaciones específicas marcadas por la emergencia sanitaria y las propuestas de mejora planteadas tanto desde dentro del equipo como desde los participantes y otras entidades. Durante el curso 2019-20 surge Aprender con onda dentro de la situación de emergencia sanitaria y el confinamiento generados por la pandemia, como elemento de apoyo ante las



dificultades de conectividad del alumnado desde casa. Empiezan a desarrollarse contenidos educativos en formato radiofónico y a emitirse a través del FM, ocupando dos horas en horario de mañana y dos horas en horario de tarde de lunes a viernes, al tiempo que se inicia la difusión a través de Whatsapp. Durante la temporada correspondiente al curso 2020 - 2021, a raíz de la vuelta a las aulas se modifica la manera de difundir y definir los contenidos, de manera que éstos se conviertan más en un apoyo para el profesorado que en una herramienta de conectividad, por lo que se desarrollan contenidos menos extensos en cuanto a materia que sirvan de apoyo o introducción a los temas en clase, incorporando este año la producción audiovisual, se desarrolla un apartado en el canal de Youtube de Onda Color para su difusión, además de continuar con el FM. Todo el contenido se sigue transmitiendo a través de Whatsapp, creciendo el número de personas adscritas a la lista de difusión.

En esta última temporada 2022, la sinergia con otras entidades participantes en el Plan Comunitario a través de los proyectos financiados en el marco de la ERACIS para asociaciones y para el refuerzo de los servicios sociales comunitarios (municipales) permite ampliar el alcance de la lista de difusión de Whatsapp, además de, y a petición de los centros educativos, se empieza a implicar al alumnado en el diseño de guiones y la grabación de los contenidos, de manera que, no sólo sean consumidores de los contenidos sino que el mismo alumnado se convierta en generador de contenido y se sientan protagonistas del proceso de aprendizaje. Por último, se ha incorporado la participación del centro de educación permanente de adultos, que han empezado a recibir los contenidos a través de Whatsapp.

Las plataformas elegidas para desarrollar las temáticas de las piezas se escogen por su mejor funcionalidad. De esta forma, se reservan los vídeos para aquellas asignaturas que requieren un apoyo visual para facilitar el aprendizaje, donde destacan las matemáticas. A continuación, en el GRÁFICO 1 se pueden observar los porcentajes en relación al total de producciones que se han dedicado a cada materia. (Ver gráfico 1. pag 116)

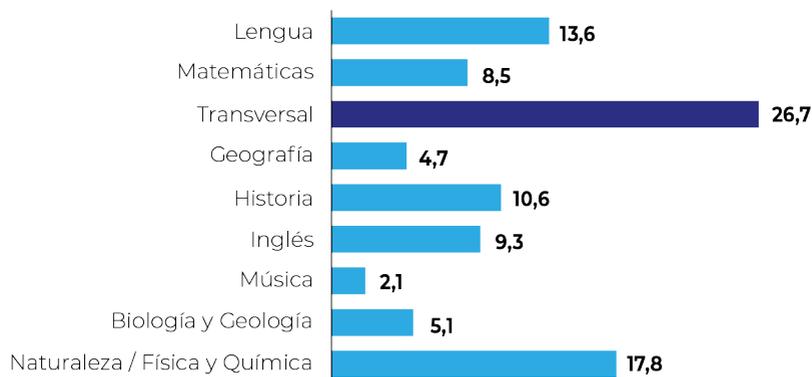
3. RESULTADOS

Durante las tres temporadas del proyecto, se han elaborado 193 piezas sonoras y 48 vídeos en los que han participado 35 docentes de primaria y secundaria repartidos en ocho centros escolares, así como cinco educadoras de



GRÁFICO 1

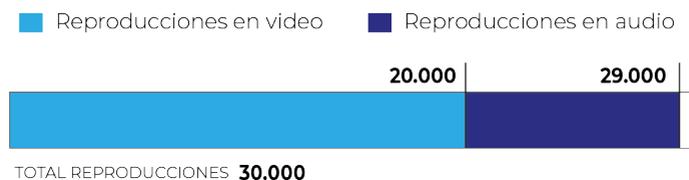
Porcentaje de producciones por asignatura.



entidades sociales que trabajan con menores y de manera directa un total de 120 alumnos que han intervenido en el diseño o grabación de las producciones. Todos de la zona de intervención del Plan Comunitario Palma Palmilla. Los contenidos han recibido más de 8.500 escuchas a través de internet además de las realizadas por medio del FM, así como las más de 20.000 visualizaciones en Youtube que han recibido los contenidos audiovisuales. Siendo éste el indicador más directo que podemos recibir en referencia al impacto del proyecto, en total se ha llegado prácticamente a las 30.000 reproducciones alcanzadas. (Ver gráfico 2.)

GRÁFICO 2

Impacto del proyecto.





El perfil de alumnado receptor de los contenidos a través de Whatsapp se divide entre 178 menores, de los cuales un 25% son niñas y un 75% son niños, con un porcentaje más elevado de alumnado de primaria (50%) cercano al de alumnado de secundaria (40%).

Así mismo, los contenidos llegan a 42 adultos repartidos entre el centro de educación permanente de Palma Palmilla y asociaciones que apoyan a la obtención del graduado en ESO para adultos. De estos receptores hay una notable diferencia entre mujeres (74%) y hombres (26%), perteneciendo el porcentaje más elevado en la franja de edad de entre los 17 y los 26 años.

En los sondeos y cuestionarios realizados con el profesorado, la respuesta es prácticamente unánime en lo referente a la alta utilidad y calidad del material producido, sin embargo, son pocos los que han llegado a utilizarlo en clase, por lo que podemos deducir que la inmensa mayoría de las reproducciones se realizan en casa a modo de apoyo o repaso.

La mayor barrera encontrada por el proyecto procede de una experiencia negativa, sobre todo del profesorado de secundaria, en lo que respecta al desarrollo de la profesión docente a distancia. La digitalización de las aulas en Palma Palmilla provocó que muchos casos de absentismo escolar se intensificaran, dificultando en muchos casos el desempeño del alumnado. Esta mala experiencia llevó a que un número importante de docentes de secundaria no vieran con buenos ojos una iniciativa que tenía una de sus expresiones en plataformas digitales. Sin embargo, gracias a esta perspectiva, se empezó a reorientar el proyecto hacia una participación cada vez más activa del alumnado en el proceso, llevando los medios a las aulas y al alumnado al estudio de grabación para desarrollar contenidos educativos.

Otra dificultad reside en la descoordinación entre los tiempos escolares y los administrativos, ya que el curso escolar empieza en septiembre, la financiación del proyecto daba comienzo cada año entre marzo y abril, limitando el margen para poder trabajar con los centros escolares durante el segundo trimestre, aglutinando todo el trabajo con los centros en el primer y último trimestre, con las dificultades derivadas del principio y final de curso.

Por último, la inmensa mayoría de los audios y vídeos finalizan con una o varias llamadas a la acción, retos o ejercicios para el alumnado, con la in-



tención de que comuniquen con un número de teléfono por Whatsapp para que envíen su respuesta a dicho reto y ésta sea difundida por Onda Color en nuevas piezas de audio y video. Durante el confinamiento las respuestas recibidas correspondieron a una minoría del alumnado, pero se dieron. Con la vuelta a la presencialidad, y a pesar del aumento de personas receptoras de estos contenidos directamente en su móvil, apenas se han recibido respuestas. Posiblemente el uso en las aulas de estos materiales hace que las respuestas queden en la propia clase.

4. CONCLUSIONES

La historia demuestra que el trabajo desempeñado a través de las radios educativas supone un valor pedagógico incuestionable que ha permitido el acceso a la educación a todo tipo de sectores y de clases sociales. Se trata de un medio de comunicación que sigue funcionando como un instrumento esencial de enseñanza básica a distancia, incluso en los países más avanzados por su amplia variedad de espacios multimedia con los que enriquecer el conocimiento humano por medio de diversas disciplinas. Este hecho se hace aún más evidente cuando los oyentes participan de forma directa en la creación de sus contenidos perfilando la figura del prosumidor, aquella persona no solo consume contenido, sino que es capaz de crear sus propias producciones con un espíritu crítico. Un fenómeno que hace relucir la esencia de los medios comunitarios que impulsan iniciativas tan necesarias como la planteada en este artículo, ya que “La posesión de medios de comunicación por la sociedad civil [...] no sólo equilibra y democratiza el paisaje audiovisual, también educa y prepara al individuo para comprender el comportamiento de los medios.” (Chaparro,1998, p. 33)

Aprender con onda aporta principalmente dos propuestas innovadoras en lo referente al trabajo educativo desde un medio de comunicación comunitario, por un lado pone a disposición de los centros escolares de Palma Palmilla medios tecnológicos y profesionales adaptados a las recientes revoluciones de la información. Presentando los contenidos en un formato atractivo y trabajando desde un código participativo de desarrollo de contenidos y superando el perfil clásico del alumnado/consumidor. El lenguaje radiofónico permite la posibilidad de romper la idea de que solo el aula es un espacio para el aprendizaje mostrando múltiples posibilidades educativas a desarrollar dentro y fuera del ámbito escolar tradicional que ayuda al alumnado a desarrollar compe-



tencias clave para su desarrollo personal y cognitivo, además de los conocimientos que le aportan desde el punto de vista de la alfabetización digital y mediática. De este modo, integrar un medio como Onda Color en el aula, al tiempo que se exponen los resultados y los contenidos académicos en los medios digitales, sirve para romper las barreras que a menudo separan la práctica docente o el aprendizaje académico del aprendizaje informal desarrollado fuera de las escuelas, que en el fondo, para el alumnado forman parte ambos del mismo proceso de desarrollo interno, personal y humano.

Por otro lado, Aprender con onda hace todo el proceso desde la proximidad, incidiendo en poner en valor las propuestas del profesorado, en el contacto constante con los centros de la zona e incluyendo en su desarrollo referencias continuas a Palma Palmilla para fomentar la identificación del alumnado con el territorio en el que vive. Este sentimiento de pertenencia a la comunidad permite la participación de su audiencia en los contenidos que difunde generando un clima de pertenencia y de compromiso. Los usuarios quieren que se les garantice su derecho de comunicación y libertad de expresión y este método de retroalimentación le permite sentirse escuchado y comprendido. Asimismo fortalece la relación radio-oyente, puesto que la comunicación entre receptor y emisor se hace más fluida e igualitaria, pues ambos dominan el cauce de intercambio de información. Incluso aunque la retroalimentación que se produzca sea negativa, servirá para mejorar ese vínculo y superar obstáculos hacia un contenido de mayor calidad.

Del mismo modo cabe mencionar que la creación de este tipo de proyectos con el alumnado aporta otra serie de beneficios que no deben caer en el olvido, como la mejora del rendimiento escolar y de la motivación del alumnado por el impulso de actividades innovadoras y didácticas, que les hace partícipes de sus necesidades y se les permite ser escuchados. Además, se destaca la potenciación de talentos y el fortalecimiento de las debilidades de los estudiantes, ya que estas actividades educ comunicativas se convierten en un escenario donde vencer miedos e inseguridades, mejorar aptitudes, descubrir hobbies, despertar inquietudes o incluso encontrar una vocación para el día de mañana como futuros docentes, periodistas, comunicadores audiovisuales, guionistas, escenógrafos... Tal y como expresa Natalia Díaz (2018,p.224) “El público recupera sus derechos y cuenta sus propias historias, muestra sus preferencias, rechazos e identidades [...] Toma los medios sin permiso de sus propietarios, experimentando, recontextualizando y reinventando.”



En definitiva, Aprender con onda es una oportunidad en la que adquirir y perfeccionar competencias multidisciplinares que se extienden más allá del currículo académico y que enseñan valores tan necesarios como autonomía, el liderazgo, la capacidad de resolución de conflictos, la creatividad, el pensamiento crítico e introducción al sector del emprendimiento, incluyendo la mejora de las habilidades sociales y comunicativas.

Esta iniciativa evidencia que el impacto de lo educativo es mayor cuando agentes externos al aula encuentran los cauces para implicarse en ella. Así, el papel de las asociaciones con proyectos de inserción sociolaboral vinculados a la ERACIS que han ayudado a identificar familias e incluso personas adultas que estudian la secundaria para mayores de 18 años ha sido clave para incrementar el número de receptores por Whatsapp de Aprender con onda.

Por último, Aprender con onda ha llamado la atención y ha sido utilizada por otros agentes sociales y docentes de fuera de Palma Palmilla, especialmente durante el confinamiento, sin que se haya podido identificar una continuidad o discontinuidad del uso de sus materiales con la vuelta a la presencialidad en las aulas.

5. AGRADECIMIENTOS

El apoyo del Ayuntamiento de Málaga ha sido fundamental para sacar adelante esta iniciativa, ya que ha financiado la totalidad de los costes de las diferentes ediciones de Aprender con onda. La implicación de las asociaciones Vive, NAIM, ASIT, Prodiversa y Animación Malacitana ha sido fundamental en varios momentos de su desarrollo, así como las facilidades del grupo editorial ANAYA para acceder a material docente curricular.

Referencias

>> Blanco, I. y Gomá, R. (Coord.) (2002) Gobiernos locales y redes participativas. Barcelona: Ariel.

>> Ceballos y Marí (2018). Comunicación, participación ciudadana y cambio social: estudio de caso de la radio comunitaria Onda Color. En: Memorias del XIV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. San Pedro: Universidad de Costa Rica

>> Chaparro, M. (1998) Radio pública local, Madrid: Fragua.



Díaz, N. (2018). Alfabetización digital, videojuegos y cultura de la participación. En Aparici, R., Escaño, J. C. y García Marín, D. (Coord.) La otra educación, pedagogías críticas para el siglo XXI (pp.215-224) Editorial UNED.

>> Junta de Andalucía (2018). Estrategia Regional Andaluza para la Cohesión e Inclusión Social, Sevilla. URL: https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/2020-12/Estrategia_Regional_Cohesion_Social-web.pdf

>> Marí, V. M. (2014) Comunicar para transformar, transformar para comunicar. Tecnologías de la información desde una perspectiva de cambio social. En: Caddavid, A. (Coord.) desde la experiencia : comunicación participativa en el cambio social. (pp.55-74) Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios. Facultad de Ciencias de la Comunicación.

>> Onda Color. Proyecto Aprender con onda. Página Web. URL: <https://ondacolor.org/aprendercononda/>

>> Tamayo, P. A. (2018) Los principios para el diseño de un entorno de enseñanza y de aprendizaje multimedia. En Sacristán, A. (Coord.) Sociedad digital, tecnología y educación (pp.365-399) Editorial UNED



CAPÍTULO IX

ESCUELA DE FAMILIAS, LA RADIO COMO HERRAMIENTA DE PARTICIPACIÓN INTERGENERACIONAL PARA PROMOVER LA DIVERSIDAD CULTURAL

Yosehana Ledesma Ramírez*Accem Galicia, Programa de Sensibilización del Voluntariado*

1. A CORUÑA ALDEA GLOBAL

Escuela y familia son dos importantes pilares para construir una sociedad equitativa y respetuosa con la diversidad que en ella habita, para ello es necesario crear canales de participación que permitan la creación de una comunicación efectiva.

Debido a la incongruencia existente entre el discurso político y social en favor de la diversidad cultural junto a las características negativas que el imaginario colectivo atribuye a la población migrante, que en el mejor de los casos la sitúan como mano de obra a bajo coste, pero casi nunca como nuestros vecinos y vecinas, vemos necesario servirnos de las posibilidades que la radio nos ofrece para crear con nuestros participantes y la población en general contranarrativas para hacer frente a los discursos de odio, generando propuestas de sensibilización y denuncia de las distintas situaciones que como sociedad nos afectan.

Es aquí donde cobra importancia recordar que el progreso y la evolución de cualquier comunidad, indistintamente de lo tecnológica o tradicional que sea, se basa en el conocimiento de las particularidades de cada uno de los miembros que la componen y disponer la capacidad necesaria para reinventarse y hacer los cambios socioculturales que sean oportunos.

Gracias a los avances tecnológicos en el transporte y, especialmente, en la comunicación; se ha expandido el término “Aldea Global”, acuñado por el canadiense Marshall McLuhan, citado en Begazo Villa-nueva (2001). El sociólogo utilizó, en 1962, dicho término para indicar que el mundo se había vuelto más pequeño y manejable debido a los avances alcanzados. Entonces,



entró también a formar parte de nuestro vocabulario la palabra “globalización”, que guarda mayor relación con aspectos económicos. Pero, si realizamos un ejercicio consciente de observación que nos permita ver como nuestro entorno se fue internacionalizando durante las últimas décadas, podemos apreciar que los barrios de A Coruña son un ejemplo claro de aldea global, donde convergen muchas y muy variadas culturas, estructuras familiares y un nutrido conglomerado de tipos de crianza. Es decir, que la globalización la tenemos a los pies de la Calle Barcelona.

Parte del equipo de Escuela de familias que se transmite por la 103.4 de cuac fm, durante su participación en el II encuentro de mujeres radiantes. Nuestro proyecto de radio invita a todos los agentes sociales de la comunidad, utilizando la radio como herramienta de participación, para compartir historias y experiencias, poniendo el acento en la búsqueda de soluciones creativas.

2. DIVERSIDAD, CULTURA, MIGRACIÓN

En la declaración universal de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2001) sobre la Diversidad Cultural se pone de manifiesto que es fuente de intercambios, de innovación, de creatividad y que la misma debe ser reconocida y consolidada en beneficio de las generaciones presentes y futuras. En el art. 11 de esta misma declaración se hace hincapié en la necesidad de forjar relaciones de colaboración entre el sector público, el privado y la sociedad civil, para garantizar su preservación (Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural). Adoptada por 185 Estados Miembros, este instrumento normativo señala que la diversidad cultural contribuye a la cohesión social, la vitalidad de la democracia y la identidad de los pueblos.

Para que lo propuesto en el párrafo anterior sea posible, es fundamental comprender la migración como uno de los ingredientes principales de la diversidad cultural. La migración es definida por la UNESCO como un desplazamiento de población de una delimitación geográfica a otra por un espacio de tiempo indefinido. En cualquier caso, es importante destacar que la diversidad cultural y la migración están intrínsecamente vinculadas y no se conciben la una sin la otra. Pero, a diferencia de la primera, el discurso que pesa sobre la migración no es tan positivo y alentador. De la mirada que, como sociedad, tenemos sobre la inmigración y las personas extranjeras, dependerán



los procesos de convivencia intercultural. En España, a pesar de la aprobación de la Ley Orgánica 4/2000, de 11 de enero, sobre Derechos y Libertades de los Extranjeros en España y su Integración Social, y aun cuando ha superado varias reformas, hasta ahora no se ha conseguido un consenso ni social, ni político, para gestionar la inmigración de forma efectiva. A lo anterior se suman los bulos y falsas noticias que circulan por las redes sociales bajo el amparo de algunos medios de comunicación tradicionales hacen que el estigma que cargan estas personas sea aún mayor.

3. INFLUENCIA DE LA POBLACIÓN MIGRANTE EN LA COMUNIDAD

La historia ha demostrado que los flujos migratorios producen efectos económicos probadamente positivos a los países de acogida, puesto que, según Recio Andreu (1997), los inmigrantes tradicionalmente ocupan los empleos en sectores del mercado laboral complementarios, como el sector servicios, agricultura y cuidados. También se produce la llegada de gente altamente cualificada, como investigadores, directivos, artistas, deportistas de élite o simplemente estudiantes universitarios, tal como refiere González Santos (2011). Un ejemplo de ello es la Universidad de A Coruña (UDC), que recibe cada año a decenas de estudiantes de otros países que vienen a la ciudad a complementar su formación.

Así mismo, González Santos (2011), también sostiene que las comunidades desarrolladas se nutren de la inmigración por medio de sus aportes, no solo económicos, ya que uno de los rasgos característicos de estas sociedades como la nuestra es el alto grado de envejecimiento de su población autóctona. En el caso de A Coruña, la población total de la ciudad, según los datos del padrón municipal de 2021, es de 247.046 personas. De entre ellas, 127 pasan de la centena y el grupo de menores de 20 años no supera la cifra de 41.000 habitantes. Esta información es menos desalentadora gracias a la llegada de personas procedentes de otras nacionalidades, llegada que ha estado frenando la caída en picado de la natalidad. El municipio ha visto como en los últimos años ha comenzado una regeneración poblacional que, de completarse, no solo invertiría el proceso, sino que además dinamizaría la economía, gracias al aumento de las cotizaciones por parte de las y los trabajadores inmigrantes. Debido a la desinformación que existe en torno a la realidad de las personas inmigrantes en situación administrativa irregular, es posible que se entienda, que solo aquellas en situación regular aportan beneficios económicos a la co-



Parte del equipo de Escuela de familias que se transmite por la 103.4 de cuac fm, durante su participación en el II encuentro de mujeres radiantes.

unidad de acogida e incluso, que el resto pueden llegar a ser un gasto para las administraciones públicas. Por eso es necesario poner de manifiesto, que el primer aporte que las personas inmigrantes hacen a la economía local, se inicia a través del consumo de bienes y servicios, y que esto ocurre independientemente de la situación laboral o administrativa del individuo.

4. DATOS DEMOGRÁFICOS DEL MUNICIPIO DE A CORUÑA

Según los datos del padrón municipal de habitantes elaborado por el Instituto Nacional de Estadística, al que hace referencia el Instituto Galego de Estadística (2021), el número de habitantes en el municipio de A Coruña es de 247.046. El casco urbano de A Coruña es el más grande de Galicia con 213 516 habitantes. Su densidad de población es la mayor de toda la Comunidad Autónoma y una de las más altas de España.

Adentrándonos en la situación demográfica, A Coruña en las últimas décadas perdió más de 3.000 habitantes. Estos datos son resultado de factores como la descentralización residencial, a consecuencia del elevado precio de la vivienda tanto de venta como de alquiler, que hace más atractivos los municipios limítrofes como lugar de residencia para nuevas familias. El factor más preocupante es el crecimiento vegetativo, dado que según López (2022), en A



Coruña, desde hace más de 30 años, este dato es negativo, ya que desde 1987 se han registrado menos nacimientos que decesos. Estos datos negativos han empezado a ser menos alarmantes con la llegada de personas migrantes que han elegido el municipio de A Coruña como lugar de destino.

5. FLUJOS MIGRATORIOS EN EL MUNICIPIO DE A CORUÑA:

134 NACIONALIDADES PROVENIENTES DE LOS CINCO CONTINENTES

En el transcurso del año pasado, según los datos arrojados por el padrón municipal, se empadronaron en A Coruña 2.020 personas, de las cuales 1.583 provienen de países de América, en la mayoría de los casos de Latinoamérica. Si observamos los datos del INE, estos revelan que, de la población del municipio, unas 117.360 personas (un 48%) nació en el propio municipio y que el 9% del resto de habitantes son nacidas en el ex-tranjero, principales responsables del aumento de la población.

Según las cifras estadísticas, concretamente las del padrón municipal un total de 231.257 de los 247.046 habitantes empadronados en la ciudad tienen nacionalidad española, mientras que 15.976 personas, un 6,46%, son ciudadanas de otros países. Cabe destacar que, en los datos a los que hacemos referencia, se habla de nacionalidad y no de país de origen o nacimiento, ya que no necesariamente una persona nacida en España es de nacionalidad española y no todas las personas nacidas en otros países son consideradas extranjeras. En los últimos 18 años se pasó de tener registradas en el Padrón Municipal a 5.838 personas de nacionalidad no española a triplicar dicha cantidad y hoy en día conviven 134 nacionalidades de los cinco continentes. La zona con mayor representación es Latinoamérica, seguida por países de Europa y África.

Entre los barrios con mayor diversidad de población de origen extranjero se encuentran: Os Mallos, la Sagrada Familia y el Agra del Orzán, donde la población extranjera supera el 10% del total de sus habitantes. Estos barrios, además, concentran una gran parte de las personas procedentes de Latinoamérica y África. Barrios como la Sagrada Familia y Os Mallos tienen la mayor concentración de residentes de América Latina y albergan a más venezolanos, colombianos, peruanos, brasileños y cubanos. En cambio, en el Agra del Orzán viven más de la mitad de los senegaleses de toda la ciudad (388 de los 764 totales) y es donde habitan también más dominicanos, argentinos, uruguayos y rumanos.



6. ESCUELA DE FAMILIAS, UN PROYECTO DE PARTICIPACIÓN COMUNITARIA DE ACCEM

Accem es una organización sin ánimo de lucro, apartidista y aconfesional que trabaja para mejorar las condiciones de vida de las personas en situación de vulnerabilidad. Defendemos la igualdad de derechos, deberes y oportunidades para todas las personas, con independencia de su origen, género, origen nacional o étnico, orientación e identidad sexual, religión, opinión o grupo social. En Accem comenzamos a trabajar con población inmigrante en la segunda mitad de la década de los 90. Bastante antes, en los años 60 habíamos apoyado a los emigrantes españoles que buscaban mejores oportunidades en otros países de Europa y Latinoamérica. Es a partir de 1998 cuando empezamos a desarrollar programas de atención directa, acogida, formación e inserción sociolaboral con personas inmigrantes.

Nuestro equipo de trabajo está formado por 2.246 profesionales que se caracteriza por ser un equipo especializado e interdisciplinar. El valor que le damos a la diversidad empieza por casa, con una plantilla de compañeras y compañero de 44 nacionalidades distintas, esta diversidad también la podemos apreciar en nuestro equipo de voluntariado compuesto por más de 700 personas que dedican su tiempo, su esfuerzo y cariño desinteresado para mejorar la vida de otras personas y que son atendidas por Accem.

Estamos presentes en 43 municipios de todo el territorio del Estado español, distribuidos en 13 comunidades autónomas y 31 provincias, así como en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. En Galicia donde llevamos trabajando desde el 2006 tenemos oficinas en las provincias de Lugo, Vigo y A Coruña y es en esta última donde nace Escuela de Familias como una de las acciones del proyecto de Sensibilización Intercultural y Participación de familias migrantes en la Escuela, proyecto de carácter supraautonómico que se desarrolló en Accem desde el 2007, hasta el 2019.

Gracias a la gran aceptación que la acción recibió desde el principio tanto por el personal técnico, como las personas para las que trabajamos y muy especialmente de nuestro equipo de voluntarios y con el objetivo dar continuidad a la misma, la actividad pasa a formar parte el Programa de Sensibilización del Voluntariado financiado por la Consellería de Política Social, Xunta de Galicia y con ello lograr mantener nuestros objetivos, realizar un



Imagen del programa realizado desde las instalaciones del punto de calor “Acouga” en A Coruña a propósito del día de las personas sin hogar.

programa de radio con una estructura variada desde una perspectiva familiar creada desde la empatía, promoviendo valores positivos, trabajando a favor de la inclusión y la igualdad oportunidades y resaltando lo positivo de la diversidad. Escuela de familias, es un espacio al que todas y todos están invitados a participar, pero papel protagónico pertenece a las familias. De esta manera la radio resultará una herramienta de participación, que ofrece la oportunidad a estas personas de contar de primera mano su propio relato, poniendo el acento a la búsqueda de soluciones creativas a posibles dificultades que puedan surgir a la hora de construir una sociedad inclusiva.

Desde esta acción buscamos impulsar grupos de encuentro multiculturales entre familias nacionales, y nacionales de terceros países, familias que atraviesan situaciones similares, lo que facilita un entorno de confianza, por todo ello el enfoque de género cobra especial relevancia, puesto que se aprovecha el espacio para incidir en las habituales diferencias por cuestión de género, respetando la toma de decisiones de las propias personas.

Apostamos por trabajar de manera constante el tema de la coeducación, ya que la misma favorece el desarrollo integral de todos los integrantes de la familia con independencia de la edad y del sexo al que pertenezcan, convirtiéndolo en un valioso instrumento para trabajar en la corrección de situaciones de desigualdad y discriminación.

7. ESTRUCTURA DE CREACIÓN: FASES, TEMPORALIDAD E IMPACTO

>> **Fase 1**, grupo motor: con el apoyo de la escuela de formación de Cuac, las personas que muestran interés son invitadas a realizar una formación que les permita aprender algunas técnicas que faciliten su incorporación de forma activa al proyecto.



Imagen de una de las reuniones de producción, las instalaciones de la emisora.

>> **Fase 2**, puesta en marcha: el equipo motor se reúne una semana antes de cada programa para la producción y búsqueda de los contenidos.

En la fase de producción, se invita a profesionales de distintas áreas, así como personal docente de centros educativos de la ciudad para intercambiar impresiones con familias migrantes y autóctonas, además aprovechamos para que compartan con nosotros anécdotas sobre su cultura de origen.

Desde que iniciamos esta aventura en la radio comunitaria de A Co-ruña. CUAC FM, llevamos ya 5 temporadas con 50 programas emitidos de una duración aproximada de 57 minutos cada uno. Frente a los micros han estado más de 75 personas de 30 nacionalidades y edades diferentes, y se estima que al menos 800 personas han escuchado y/o compartido nuestros contenidos y estamos orgullosos por la gran variedad de temas abordados, destacando entre ellos los siguientes:

- >> El Duelo Migratorio en Adolescentes.
- >> Importancia de las AMPAS para la participación en la escuela.
- >> Exención lingüística para alumnado extranjero.
- >> Familias migrantes y proceso de reagrupación.
- >> Interculturalidad en la comunidad educativa.
- >> Conciliación Familiar y la Corresponsabilidad.
- >> Sabores de otras culturas.
- >> Voluntariado como Herramienta Intercultural.
- >> Situación laboral de las familias migradas.

8. ESTO NO TERMINA AQUÍ

Para concluir este escrito y a la vista de los resultados obtenidos podemos valorar como positivo el desarrollo de esta acción que es sin lugar a dudas una



de las actividades más emblemáticas de nuestra entidad y en particular del Programa de Sensibilización del Voluntariado, financiado por la Consellería de Política Social, Xunta de Galicia. La experiencia obtenida durante estos 50 programas emitidos pone de manifiesto una vez más, que una buena comunicación es imprescindible para la creación de una sociedad sana, que, si no se comunica, no se puede participar y si no se participa, no se puede generar sentido de pertenencia

De igual modo se evidencia la necesidad de crear herramientas de participación adaptadas a la realidad de las personas poniéndolas en el centro, ya que cuando no se tienen en cuenta las barreras que estas deben sortear a la hora de participar, así como sus necesidades y su perspectiva podemos generar justo lo contrario de lo que pretendemos. Promover la participación implica incluir el debate, el diálogo en el trabajo que se hace con y para los demás, reconociendo la potencialidad del otro, y, a partir de ese reconocimiento, construir el proceso de aprendizaje de la participación juntos.

No olvidemos que nuestro entorno está constituido por los múltiples elementos que nos rodean, así como de las actividades que realizamos en el barrio en el que vivimos y nos desarrollamos. Esa es la importancia de los medios comunitarios, mejorar el entorno, proponiendo proyectos de participación comunitaria que contribuyan a generar relaciones entre iguales, fomentando el diálogo constructivo en pos de una verdadera educación intercultural en una ciudad como la nuestra en la que nadie es forastero.

Referencias

>> Begazo Villanueva, J. D. (2001). DEL HOMBRE AUTORREALIZADO AL HOMBRE MODULAR. *Gestión En El Tercer Milenio*, 6(12), 55–66. <https://doi.org/10.15381/gtm.v6i12.9845>

>> González Santos, M. T. (2011). Los efectos de las migraciones internacionales en el contexto de la globalización. En F. J. García Castaño y N. Kressova. (Coords.). *Actas del I Congreso Internacional sobre Migraciones en Andalucía* (pp. 2033-2040). Granada: Instituto de Migraciones. ISBN: 978-84-921390-3-3.

>> López, A. (15 de junio de 2020). Galicia, la comunidad con peor comportamiento demográfico. *La Voz de Galicia*. Recuperado de: <https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/galicia/2022/06/15/br-galicia-comunidad-mayor-perdida-vegetativa-po>



blacion 2021/00031655289110314890299.htm

>> Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2001). Declaración Universal de la UNESCO sobre Diversidad Cultural. Recuperado: https://www.congreso.es/docu/docum/ddocum/dosieres/sleg/legislatura_10/spl_70/pdfs/30.pdf



CAPÍTULO X

RADIOACTIVA. LA RADIO COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN SOCIAL

Clara de Vega Fernández

Real Institución Benéfico Social Padre Rubinos

1. QUÉ ES RADIOACTIVA

Radioactiva es un programa de radio emitido en Cuac FM, la emisora comunitaria de A Coruña. Está realizado íntegramente por personas usuarias del Centro Integrado de Atención Social de la Real Institución Benéfico Social Padre Rubinos en la ciudad de A Coruña. Semanalmente, los miércoles a las 18:00 horas concretamente, sale por las ondas de la 103.4FM (CUAC FM) un programa realizado por personas sin hogar o en riesgo de exclusión social. Las personas participantes elaboran un guion dentro de una actividad realizada en el centro social que posteriormente locutan en directo. Radioactiva es un magazine de contenido generalista donde cada participante escoge una sección y la hace suya, escribe el guion y busca una música que acompañe al texto.

1.1. CONTEXTO. CENTRO INTEGRADO DE ATENCIÓN SOCIAL PADRE RUBINOS

El proyecto Radioactiva nace a finales del 2014, fecha en la que abre las actuales instalaciones la Real Institución Benéfico Social Padre Rubinos, un complejo donde conviven una residencia para personas mayores, una escuela infantil y un centro social para personas en situación de vulnerabilidad social.

El Centro Integrado de Atención Social está destinado a atender las necesidades de las personas sin hogar o en situación de riesgo de exclusión social. Está dividido en cuatro recursos diferenciados que corresponden a los diversos perfiles que acuden diariamente.

El Albergue está configurado para dar atención inmediata a las personas que carecen de una alternativa residencial. El principal objetivo es dar cobertura a las necesidades básicas de alojamiento, manutención e higiene. Los



dormitorios cuentan con un total de 58 plazas, 47 para hombres y 11 para mujeres. Otros servicios que se ofrecen son el aseo, la consigna, la lavandería o el ropero.

Atención Continuada es un espacio pensado para estancias cortas y orientado a personas sin hogar con perfiles de baja exigencia. En él pueden permanecer durante las 24 horas. Cuenta con un total de 25 plazas mixtas. Este recurso está planteado para que tanto los periodos de estancia, como los horarios o las normas, sean flexibles y se adapten a las necesidades de las personas en un momento de gran inestabilidad. En él se busca facilitar un lugar de convivencia, en el que poder sentirse seguros e iniciar un proceso de cambio. El Grupo de Inserción es un espacio diseñado para ofrecer la oportunidad de consolidar una estabilización personal en el marco de un lugar de pertenencia que mejore las condiciones personales, emocionales y sociales de las personas participantes. La intención del programa es facilitar a personas que están en Albergue la posibilidad de iniciar un proceso de cambio, que permita la inclusión plena a través de la recuperación de la autonomía, tanto económica como funcional.

El Centro de Acogida Básica e Inclusión se configura como una vivienda de 11 plazas de carácter mixto, con supervisión y apoyo técnico. El objetivo de este centro es favorecer la adquisición y mantenimiento de habilidades personales y sociolaborales. Así, se fomenta que las personas beneficiarias mantengan una vida lo más autónoma posible al finalizar su itinerario en el recurso. La asignación de plazas le corresponde a la Consellería de Política Social a propuesta del servicio social comunitario de algún Ayuntamiento de Galicia. Además, cuenta con un comedor social para cubrir las necesidades de alimentación de las personas que pernoctan en el centro, personas que se encuentran en situación de calle, o aquellas que residen de forma independiente y precisan de apoyos para facilitar el mantenimiento de su autonomía. La valoración para el acceso se hace a través de la trabajadora social del centro.

1.2. CÓMO NACE LA IDEA. INICIOS

En el año 2013, se desarrolló en las antiguas instalaciones del albergue una actividad que consistió en la proyección del documental “LT22 Radio La Colifata” de Carlos Larrondo. En él se refleja la producción de una radio realizada íntegramente por personas internas del hospital psiquiátrico Borda de Buenos



Aires. Se muestra la evolución de más de una década de programas semanales y la repercusión social y terapéutica que tuvo. El objetivo, dar voz a personas que se les había sido negada durante tiempo y luchar contra los prejuicios acerca de la salud mental a través de sus historias. A partir de dicho visionado se reflexiona en grupo sobre la incidencia del proyecto a nivel personal, emocional y sobre todo del impacto que causó en la sociedad argentina en ese caso. De ahí salió la propuesta, en un principio utópica, de crear un programa de radio por parte de las personas usuarias del albergue.

Cuando comencé a trabajar en Padre Rubinos se me traslada esta idea “loca” de hacer radio. Al momento accedí a emprender esta aventura que hoy día se llama Radioactiva y contacté con la emisora comunitaria de A Coruña, Cuac FM. Acogieron la iniciativa con los brazos abiertos y me dieron todas las facilidades posibles para llevarla a cabo. Inicié una formación interna de tres módulos, adquiriendo los conocimientos necesarios para crear un programa. La misma acogida tuvo en el albergue. Ilusión y entusiasmo a la par que incredulidad era lo que se respiraba aquellas primeras semanas donde se le fue dando forma al proyecto. No hubo discusión alguna con el formato a seguir, un magazine. Se realizaron varias reuniones con una gran participación e implicación, donde las personas usuarias del albergue aportaban sus ideas. De ahí salieron las propuestas y posterior consolidación de las secciones anteriormente explicadas. También se postularon varios nombres para el programa. El escogido fue Radioactiva.

Por fin en febrero de 2015 arrancó el primer programa de Radioactiva. Los nervios estaban a flor de piel. Seis participantes que nunca se habían enfrentado a un micrófono lo hacían por primera vez en los estudios José Couso de la radio comunitaria Cuac FM. La tensión era palpable, pero a pesar de la inexperiencia, el programa salió redondo. La satisfacción y alegría al terminar compensaba los nervios vividos. Así el 5 de febrero del 2015 quedaba inaugurado Radioactiva.

El primer año de emisión, el programa se hacía quincenalmente. Al año siguiente, un compañero de Cuac FM, Roberto Catoira, responsable de producir un programa con alumnos de un colegio, me animó a hacerlo semanal. Al principio, reticente a este reclamo, lo rechacé. Suponía mucho esfuerzo. Cuál fue mi sorpresa cuando al plantearlo en la actividad en el albergue, los usuarios sí vieron viable esa posibilidad. Fue así, gracias a la implicación y



esfuerzo de los usuarios, como pasamos de ser un programa quincenal a ser uno semanal.

1.3. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

Radioactiva se compone de un total de 7 secciones que varían semanalmente, dependiendo de los integrantes y del contenido seleccionado para cada programa, y que son los siguientes:

- (i) Espacio Musical
- (ii) Sección Deportiva
- (iii) Luces, Cámara y Acción;
- (iv) Sabor de Boca;
- (v) En Ruta
- (vi) Todos por Igual
- (vii) Cajón de Sastre.

A continuación, se describen los principales contenidos de cada sección:

(i) Espacio Musical es la sección dedicada a la música. Trayectorias de grupos o cantantes, repaso por los diferentes géneros, recordar épocas o décadas musicales, o presentar en directo canciones propias o versionadas.

(ii) Además de la música, otro ámbito común que quisimos incluir en nuestro magazine es el deporte. En la Sección Deportiva de Radioactiva se hicieron repaso por los recorridos de diferentes equipos de distintas disciplinas y se informó de la actualidad deportiva. Hasta hubo participantes que contaron su experiencia como deportistas profesionales.

(iii) Otra de las grandes esferas que no podía faltar es el cine. Luces, Cámara y Acción es la sección destinada al séptimo arte. Desde información de los estrenos de la semana, ceremonias de premios, hasta rankings de películas por género o por preferencia del participante, pasando por la biografía y filmografía de directores/as o actores y actrices.

(iv) Sabor de Boca es el espacio que se dedica a la gastronomía. Es la sección que más varió a lo largo de todas las temporadas. Explicaciones de recetas era el contenido más común, aunque también se habló de la gastronomía propia de un país. Al principio era muy demandada, pero a partir de la segunda



temporada se quedó en un segundo plano, dando paso a una nueva: En Ruta.

(v) Viendo el poco éxito que tenía la de gastronomía se hizo una reflexión conjunta con los participantes de aquel momento y se vio la necesidad de incorporar una nueva que parecía iba a dar más juego. Así nació En Ruta la sección destinada a narrar viajes, experiencias personales en otros países, ciudades..., así como dar la oportunidad a personas migrantes a hablar de sus países de una manera más personal.

(vi) Como en todo magazine, es de manual incluir la entrevista. En la sección Todos por Igual, los participantes tienen la oportunidad de compartir, de conocer, o simplemente charlar con personas generalmente ajenas a esta problemática. Esto les permite conocer puntos de vista alejados de un círculo social en el que a veces se pueden sentir muy encorsetados. Diferentes asociaciones de la ciudad, personajes ilustres, deportistas, artistas, periodistas, profesores, y por supuesto personas del propio albergue -desde personal técnico, voluntariado, alumnado de prácticas, usuarios/as, hasta vigilantes de seguridad- pasaron por las preguntas de los/as miembros de Radioactiva.

(vii) Y para cerrar, paradójicamente queda explicar la sección de inicio, informalmente llamada Cajón de Sastre. Es la parte de Radioactiva que sufrió más modificaciones. En los comienzos estaba dedicada a comentar temas de actualidad. Esta idea implicaba una gran dote de improvisación y soltura, difícil de conseguir la primera vez que te enfrentas a un micrófono en directo. Situación que se vivía programa tras programa. Por lo que se decidió mudarlo a un espacio de locución de relatos, de creación propia o ajena. A medida que iban avanzando las temporadas, más personas se implicaban y más ideas iban surgiendo. Con la escaleta marcada y el tiempo justo, era inviable sumar más secciones. Así, finalmente se convirtió en un “cajón de sastré” donde entran todos los temas que no se pueden clasificar en las otras secciones ya descritas.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1. OBJETIVOS

Los objetivos generales del proyecto Radioactiva son:

- >> Fomentar la libertad de expresión dando voz a personas habitualmente silenciadas.



- >> Favorecer el proceso de cambio en la vida de los participantes.
- >> Derribar prejuicios de las personas sin hogar.
- >> Ser una herramienta de transformación social y personal.

Los objetivos específicos definidos para Radioactiva son:

- >> Servir de altavoz facilitando el acceso a un medio de comunicación a personas sin hogar.
- >> Favorecer la autoestima y la confianza en las personas participantes
- >> Trabajar habilidades sociales necesarias para la inclusión social.
- >> Generar autonomía, compromiso e implicación en un proyecto.
- >> Ofrecer la posibilidad de compartir experiencias con personas ajenas a esta problemática social.
- >> Visualizar a las personas sin hogar desde un prisma de normalización.

2.2. METODOLOGÍA

La dinámica general del proceso de producción de Radioactiva es muy sencilla. La encargada de llevar el taller de radio es una Técnico en Integración Social. Los lunes por la tarde, las personas que quieran participar en el programa asisten a la actividad en la sala de ordenadores dentro de las instalaciones del propio albergue. Una vez allí, se explica en qué consiste el magazine, las secciones que tiene y cómo abordarlas. Cada semana siempre hay varias personas nuevas, por lo que hay que empezar desde el principio. Se reparten las distintas secciones y cada participante hace su propio guion y busca una canción que lo acompañe. La responsable de la actividad apoya en la redacción de los guiones y ofrece ideas y modelos para facilitarles la elaboración.

La actividad tiene dos horas de duración. Una vez rematada, se guardan los guiones en una carpeta compartida. La integradora social los revisa, los imprime y se los entrega a cada participante para que puedan ir ensayando para el miércoles de la emisión. Además, se descarga la música, se edita en un programa y se sube a la nube de la emisora. A su vez, se elabora un guion general y una escaleta que se envía al técnico de sonido que está a cargo en ese momento.

El miércoles de la emisión, se reúnen todas las personas que vayan a formar parte del programa en la entrada del albergue. Con la furgoneta, nos desplazamos hasta la emisora comunitaria Cuac FM. Una vez llegamos, se dan las



indicaciones básicas a la hora de locutar (distancia y colocación de micrófono, evitar golpes, toses, movimientos de sillas; hablar despacio y vocalizando, permanecer en silencio cuando se está en el aire...). Además, se calman nervios y se les motiva, recordándoles que lo importante de la experiencia es vivirla y disfrutarla.

De los diferentes recursos descritos (Albergue, Atención Continuada, Grupo de Inserción y Centro de Acogida Básica e Inclusión) pueden participar todas las personas que lo deseen. Así, diferentes perfiles comparten espacio y un mismo proyecto. Esto se traduce en la gran diversidad que existe en el programa. Desde una persona que acaba de llegar de una larga trayectoria en calle, hasta otra que está a punto de insertarse en el mercado laboral. Personas con diferentes niveles culturales o académicos, personas con diferentes problemáticas sociales, de salud mental, personas de distintos lugares del mundo. En definitiva, una miscelánea que hace de Radioactiva un programa único.

3. RESULTADOS

Actualmente, Radioactiva está emitiendo su octava temporada. Suma un total de 124 programas. Todos ellos disponibles en la página web de la emisora www.cuacfm.org. Hubo programas temáticos, dedicados a días especiales como el Día Internacional de las Personas Sin Hogar o el Día de la Mujer Trabajadora. Programas muy variopintos, pero siempre con el mismo resultado, una gran satisfacción y orgullo por parte de las personas participantes.

A lo largo de estos 8 años, más de 235 voces diferentes pisaron los estudios José Couso de Cuac FM y siguen aumentando cada semana. Actualmente a la actividad realizada en el albergue de producción del programa acuden una media de 15 personas. Sólo 7, por espacio en la emisora y en la furgoneta, locutan en directo cada miércoles. Durante estos 8 años Radioactiva ha vivido dos experiencias fuera de la emisora muy enriquecedoras: la participación en las Jornadas de Personas Sin Hogar y la celebración de los 100 programas en el Centro Cívico de Los Rosales (A Coruña).

3.1 JORNADAS DE PERSONAS SIN HOGAR

En mayo del año 2016, con poco más de un año de andadura, la Oficina de Cooperación y Voluntariado de la Universidad de A Coruña nos invita a las



VII Jornadas de Personas Sin Hogar. Con formato de un programa de radio, se hace un directo en el Centro Cívico de Labañou (A Coruña). En esta original e innovadora ponencia-intervención, cuatro personas usuarias del albergue cuentan sus experiencias y ponen en relieve necesidades y obstáculos que se encuentran día a día las personas sin hogar.

El resultado, un programa de una hora y cuarto de duración que se emitió y grabó en directo durante las jornadas. Una exposición diferente y muy enriquecedora donde los protagonistas eran los que contaban delante de agentes sociales directamente implicados -educadores, trabajadores, de distintas entidades sociales de Galicia- sus historias en primera persona.



3.2. PROGRAMA NÚMERO 100

Justo antes de que la pandemia cambiara nuestras vidas en el 2020, Radioactiva cumplía 100 programas, concretamente el 13 de febrero cuadrando con el Día Internacional de la Radio. Para rendirle homenaje, Cuac FM propone a todos los programas que emitían ese mismo día, hacerlo en directo en un centro cívico de la ciudad. Casualmente, celebramos el programa número 100 de Radioactiva emitiendo en directo en el Centro Cívico de Los Rosales frente a un amplio público.

En un programa tan emblemático no faltó un repaso por los inicios de Radioactiva, haciendo una especial mención a todas las personas que hasta ese momento habían formado parte de la iniciativa. Las personas usuarias estaban algo más nerviosas de lo normal. No era sólo radio, era algo más. La satisfacción al finalizar fue aún mayor de lo habitual. Una experiencia única.



3.3 LOS/AS PROTAGONISTAS

Radioactiva pretende ser un altavoz para personas que habitualmente no la tienen, personas sin hogar. Las personas participantes tienen la oportunidad de realizar cada semana el programa. Si se revisa la metodología, se puede comprobar el esfuerzo y dedicación que se requiere, valores que entendemos son esenciales para el desarrollo de la persona. Además, redactar un guion y posteriormente emitirlo en directo supone un compromiso, una responsabilidad y una disciplina que, una vez forman parte de esta iniciativa, entienden y asumen. Otro elemento clave que se trabaja con este proyecto y que favorece la evolución del proceso es el aumento de autoestima, como destacan algunos de sus protagonistas en las siguientes citas.

“El hecho de que uno se reafirma, independientemente de que todos tenemos una lucha interna, pudiste expresarlo en un medio importante como es la radio”. **R.I.N.C.**

“Nunca pensé que podría cantar unas canciones en directo y que estuviera escuchando la gente. Fue una experiencia para mí alucinante porque nunca había vivido eso”. **J.C.C.**

“Me hizo sentirme confiada y entusiasmada”. **V.C.M.**

“Recuperar la autoestima. Darte cuenta de que podías volver a pensar, a trabajar con la cabeza. Darte cuenta de que estabas equi-



vocado, de que seguías siendo una persona válida. Creo que es impensable que una persona que está en situación de sin hogar, en un espacio muy corto de tiempo, esté haciendo un programa de radio”. **E.B.F**

“Tienes la satisfacción de hacer algo nuevo, algo diferente, algo que a priori decías, bueno esto no lo voy a hacer nunca, no voy a ser capaz”. A.F.M.D. “Me sentí muy libre, muy realizado, me llenó”. J.M.N.R. “Lo que más me gustó fue quitarme los miedos que tenía de hablar para los demás y bueno compartir con los compañeros que también tienen mucho que decir”. F.R.B. “Una posibilidad de comunicación importante. Darle la importancia a la palabra que normalmente le negamos hoy en día y la merece”. M.O.B.G. “Me ayudó a crecer. La exclusión social llega un momento que te anula como persona. Depende de un proceso interior. Para mí la radio fue un crecer. Llegué casi sin articular palabra. Hoy en día necesito cada semana escribir algo, hablar algo. Para mí es algo muy importante, me hizo crecer como ser humano”. **J.M.L.A.**

“Te desconecta de la cabeza. Es algo que no se puede explicar, hay que hacerlo. Es algo que llevas dentro... de emoción”. **E.M.T.N.**

Estos son los testimonios de usuarios y participantes de Radioactiva a lo largo de estas 8 temporadas. Están obtenidas a partir de una breve entrevista en la que cuentan las impresiones y la experiencia vivida. Son respuestas a la pregunta “qué significó para ti Radioactiva”. Con estas declaraciones se pone de manifiesto el impacto que tiene este proyecto en las personas que forman parte de él. La necesidad de expresarse en un medio libre y la implicación que conlleva. Se habla de la palabra libertad, de la confianza en uno mismo, del crecimiento como persona y de la sensación de validez que se puede perder una vez entras en el ciclo del sinhogarismo. La autoestima es una parte que puede estar muy dañada una vez llegas a una situación de vulnerabilidad social. Elaborar desde el principio un programa de radio, ofrece la oportunidad de expresarse y de sentirse útil realizando una actividad fuera de lo común.

4. CONCLUSIONES

Los inicios de Radioactiva no fueron sencillos. Al principio había cierto



escepticismo en que saliese adelante. Estábamos ante un proyecto de una gran magnitud, que requería de mucho trabajo y esfuerzo. Además, contábamos con el hándicap de tener solamente una persona responsable de la producción del programa. Fue gracias a la implicación de las personas usuarias que pudo llevarse a cabo. Ciertamente es, que el primer año había trabajo que llevarse a casa, terminando los guiones que se dejaban a medias.

Fue en el segundo año, cuando se empezó a exigir un poco más de esfuerzo, haciéndoles ver que el resultado en la actividad de redacción dependía exclusivamente de ellos. Solamente se les brindaría un apoyo. De esta manera se fomentaba una mayor autonomía.

Otra dificultad fue la búsqueda de un técnico de sonido. Al haber solo una profesional al frente del programa, la persona encargada de la parte técnica fue variando a lo largo de estos años. Cuac FM siempre nos facilitó la formación de personas interesadas –alumnado de prácticas y voluntariado- llegando a sumar un total de 8 técnicos diferentes.

A pesar de las complicaciones mencionadas, vale la pena el esfuerzo y ese arduo trabajo que sabíamos que conllevaría. Radioactiva sirve como herramienta para trabajar unas habilidades y crear unas rutinas a menudo descuidadas por parte de las personas sin hogar.

Al mismo tiempo, aporta una visión diferente del sinhogarismo a la actual, normalmente sesgada y prejuizada. Significa darle, a personas que en ocasiones son invisibles ante la sociedad, la oportunidad de poder manifestarse y expresarse, contribuyendo de esta manera a derribar los estereotipos injustamente preconcebidos. Radioactiva nació con la idea de incidir en las personas que participan y a su vez impactar en la ciudadanía. Aportar un granito de arena para que una sociedad cada vez más individualizada pueda abrir la mente y ser más empática.

Todas las personas somos iguales y diferentes a la vez. Todas tenemos los mismos derechos y deberes, aunque distintas historias de vida.

5. AGRADECIMIENTOS

Al equipo de CUAC FM por ofrecer el espacio para poder desarrollar esta iniciativa. Por facilitar en todo momento el acceso, comprender y resolver los



cambios e incidencias, que no fueron pocas en estos 8 años. Por la confianza depositada en nuestro proyecto y la alta estima del mismo.

A la Real Institución Benéfico Social Padre Rubinos por apoyar este proyecto y financiarlo mensualmente.

A las personas usuarias del Centro Integrado de Atención Social de Padre Rubinos por hacer posible semana a semana este proyecto desde hace 8 años.

Referencias

>> CUAC FM. Página Web. URL: cuacfm.org

>> LT 22 Radio La Colifata. Página Web del documental. URL: <http://lacolifatadocumental.blogspot.com/>

>> RadioActiva. Página Web y podcast: <https://cuacfm.org/radioco/programmes/radioactiva/>

>> Radioactiva, Programa Especial Jornadas De Personas Sin Hogar. Podcast. URL:

>> <https://cuacfm.org/radioco/programmes/radioactiva/2x12/>

>> Real Institución Benéfico Social Padre Rubinos. Página Web. URL: www.padrerubinos.org



CAPÍTULO XI

EPDLAB: NARRATIVAS DIGITALES Y EDUCACIÓN PARA LA CIUDADANÍA GLOBAL

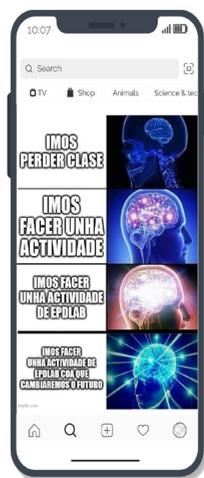
María Lobo Romero

Roi Guitián Martínez

*Agareso***1. INTRODUCCIÓN**

EpDlab (Laboratorio de Educación para el Desarrollo) es un proyecto que trabaja alrededor de 3 ejes principales: la educación mediática, las competencias digitales y la Educación para la Ciudadanía Global (ECG), conocida anteriormente como Educación para el Desarrollo.

Como introducción, creemos que nada puede ilustrar mejor su impacto en el alumnado que un trabajo realizado en el aula; cuando les pedimos que evalúen su experiencia en EpDlab durante el curso a través de un meme, recibimos creaciones como la representada en esta imagen.



EpDlab arrancó hace ahora 8 años, y desde entonces, ha evolucionado bastante. Aun así, hay características que perviven curso tras curso, como el trabajo con narrativas digitales en el aula y las metodologías innovadoras de aprendizaje. En el 2015, el diseño del proyecto buscaba trabajar alrededor de cuatro objetivos principales:

>> Analizar y reflexionar sobre cómo respondía el alumnado gallego a las temáticas abordadas en la ECG en función del contexto sociocultural.

>> Conocer y analizar el impacto de la comunicación digital en los procesos de enseñanza y aprendizaje: cómo todos estos contenidos y formatos, que se multiplican y diversifican se relacionan con los procesos educativos.



>> Explorar las vías para contribuir, a través de la innovación educativa, a una educación pública, universal y de calidad.

>> Desarrollar un modelo de acción-investigación basado en la metodología de la educomunicación, dado que este proyecto está coordinado por una organización de profesionales de la comunicación.

Para abordar estos objetivos, diseñamos e implementamos un proyecto que se desarrolla en paralelo en cinco centros educativos de Galicia, cada uno de ellos ubicado en un contexto sociocultural, e incluso socioeconómico, diferente del resto. Los cambios de centro, aunque en algunas ocasiones dependieron de la disponibilidad del equipo docente, respondieron la mayor parte de las veces a la movilidad de los y las docentes implicadas en el proyecto: una de las fortalezas de este proyecto es el trabajo en colaboración con el profesorado participante, cuyo rol fundamental desarrollaremos más adelante.

Durante este tiempo, EpDLab ha trabajado de forma directa con más de 700 alumnos y alumnas y casi 60 docentes, y ha estado presente en diversos congresos y jornadas especializadas como ejemplo de buena práctica educativa y como proyecto generador de recursos de aprendizaje y para el aprendizaje.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1. PROPUESTA METODOLÓGICA

Desde nuestro punto de vista y, en este sentido, seguimos las premisas establecidas en el libro “La educación expandida”, creemos que la educación puede suceder en cualquier momento y en cualquier lugar. Es decir, no solo aprendemos en las aulas, ya sean de un colegio, un instituto o de una universidad: aprendemos en todos los momentos de nuestra vida, desde lugares diferentes y muy diversos. En este sentido, la comunicación digital y todos los contenidos y publicaciones a los que accedemos a través de Internet también son una fuente de aprendizaje. No entramos a valorar en que sean algunos mejores y otros peores porque, simplemente, creemos que también son herramientas y contenidos con los que aprendemos.

Así que, como primer objetivo, era fundamental introducir en el aula ciertos conocimientos acerca de cómo funcionan los medios de comunicación,



cómo funciona la comunicación digital y qué valor tienen los recursos estilísticos y narrativos que operan en estos mensajes.

El segundo objetivo tiene que ver con la innovación educativa como garante de una educación de calidad, siendo esto un punto clave porque el acceso a una educación universal, pública y de calidad garantiza una sociedad equitativa: desde la educación podemos luchar contra las desigualdades, habitualmente relacionadas con el contexto socio-económico de cada persona.

Si contribuimos a una educación de calidad para todas y para todos, también contribuimos a seguir trabajando por la igualdad de oportunidades y, sobre todo, por la permeabilidad del sistema social. Para alcanzar este objetivo, hemos trabajado con el profesorado en el diseño de prototipos de “escuela ideal”, es decir, intentamos proyectarnos hacia el futuro y, desde esa utopía, el profesorado pone de manifiesto cuáles son sus necesidades, sus expectativas y sus objetivos al largo plazo. Os dejamos aquí algunos de los resultados de estas dinámicas que, cómo veréis, son la base de nuestro itinerario didáctico:

- >> Consumo responsable.
- >> Autonomía, iniciativa y habilidades para las relaciones sociales positivas.
- >> Fortalecer las habilidades de lectura y la comprensión de ideas complejas.
- >> Práctica de la atención y el conocimiento cultural.
- >> Educación en las redes, sabiendo trabajarlas en la práctica.
- >> Educación para la ciudadanía, saber vivir en sociedad.
- >> Género, xenofobia, racismo, consumo responsable.
- >> Competencia digital.
- >> Comprensión lectora y competencia digital.
- >> Solidaridad e inclusión.
- >> Aprender a aprender.
- >> Autonomía personal.
- >> Aquellas que permitan a los alumnos realizarse, como las digitales o la lectura.
- >> Competencia social y cívica. Aprende a aprender.
- >> Educación en valores, competencia social y ciudadana.
- >> Autonomía e iniciativa personal. Aprende a aprender. Autogestión emocional.
- >> Igualdad de género. Lucha contra el totalitarismo.
- >> Competencia emocional y contenidos relacionados con el entorno social en el que vivimos.
- >> Autoconocimiento relajación



- >> Convivencia en paz
- >> Respeto y tolerancia
- >> Competencia comunicativa y educación en valores. Sobre todo, este último, que estaba en marcha, pero se ha debilitado en los últimos años.
- >> Educación en valores, transversal. Historia, matemáticas, idiomas, filosofía y seguridad y salud.
- >> Contenidos esenciales de las materias básicas que sean capaces de ser aplicados a la realidad y sobre todo a las diferentes situaciones y problemas de la vida.
- >> Aprender, razonar sobre el contenido que se estudia. Fortalecer una visión crítica e integradora de la sociedad.
- >> Aprender a aprender. Expresión artística. Muévete con fluidez y capacidad crítica con el techno.
- >> Se deben fortalecer las habilidades matemáticas y lingüísticas.
- >> Expresión lingüística y escrita. tics valores Autonomía
- >> Reforzar la educación en valores y el respeto a los demás. Además, se debe fortalecer la autonomía de los estudiantes para poder defenderse en la vida.
- >> Educación en valores. Culturas.
- >> Habilidades emocionales, habilidades sociales, responsabilidad, solidaridad.
- >> Aprende a aprender. Autonomía e iniciativa personal.
- >> Se debe incluir/fortalecer la resolución pacífica de conflictos (en los primeros cursos).
- >> Educación desde el respeto mutuo.
- >> Es fundamental formar a los estudiantes como ciudadanos críticos y solidarios.
- >> Competencia emocional, digital. Saber leer y comprender. Responsabilidad y autonomía.
- >> Contenidos transversales motivadores.

Fuente: Elaboración Propia

El tercer objetivo era desarrollar un modelo de investigación-acción que estuviera basado en la comunicación y que, al mismo tiempo, nos ayudara a encontrar soluciones para los objetivos anteriores. ¿Cómo puede contribuir la innovación educativa a garantizar una educación de calidad? ¿Cómo impacta toda esa revolución de la comunicación digital en los procesos de enseñanza y aprendizaje en entornos formales? ¿Cómo responde el alumnado de distintos contextos socioculturales a los mismos mensajes, los mismos contenidos y las mismas herramientas? Así desarrollamos una propuesta metodológica que ha ido adaptándose y creciendo, basada en las siguientes estrategias:



>> El aprendizaje P2P o peer-to-peer: hablamos de aprendizaje entre iguales, es decir, estrategias de aprendizaje basadas en el diálogo, el trabajo en grupos y la reflexión colectiva. Su nombre viene inspirado por el sistema para compartir archivos que, en los primeros años de Internet, se popularizó con sistemas como Emule o Napster, en los que cada usuario ponía a disposición de la comunidad una parte de un archivo, que podía ser una película, un reportaje, una canción o un disco completo; el resto de usuarios lograban descargarse el archivo completo tomando pequeñas partes de multitud de personas.

>> En segundo lugar, EpDLab es un proyecto de alfabetización mediática, centrado en el análisis crítico de la realidad desde el discurso mediático: la segunda estrategia consiste, por tanto, en llevar estos contenidos de los medios al aula, al mismo tiempo que se trabajan siguiendo los ejes de la ECG. Entendemos que desarrollar habilidades relacionadas con la ciudadanía implica el fomento de dinámicas de participación social, y esto pasa, inevitablemente, por trabajar el pensamiento crítico y la lectura crítica de la información. Independientemente de si esta información está en formato analógico o digital, EpDLab busca trabajar estas competencias para reconocer la experiencia, el contexto y los recursos, narrativos y estilísticos, del lenguaje mediático y, por tanto, la subjetividad implícita en todos los relatos.

>> Esto está directamente relacionado con otra de las claves de esta propuesta metodológica: el aprendizaje significativo, a través de dinámicas en las que el aprendizaje se trabaja desde situaciones o desde la resolución de problemas dentro del contexto cotidiano del alumnado.

>> Por último, nuestra metodología se inspira en la pedagogía de la comunicación para explorar otros roles en la relación entre docentes y alumnado, facilitando procesos de colaboración en grupos heterogéneos, la construcción de soluciones colectivas y la puesta en valor de la experiencia propia.

2.2. ACTIVIDADES

2.2.1. ACTIVIDADES CON EL ALUMNADO

Durante cada curso escolar, trabajamos con un mismo grupo de ESO en cinco centros diferentes, en dos sesiones de 100 minutos al trimestre, siguiendo un itinerario que avanza desde el contexto inmediato y cotidiano del alum-



nado hacia una perspectiva global. Así, comenzamos reflexionando sobre la educación, la comunidad educativa y el valor pueden tener para construir un futuro común. Continuamos aprendiendo a identificar la subjetividad y su papel en la información, mediante el análisis de la representación de diferentes colectivos socioculturales en los medios de comunicación, es decir, hablamos de bulos, fake-news y también de interculturalidad.

En la tercera sesión, nos centramos en los recursos lingüísticos y gráficos con los que describimos nuestra relación con colectivos migrantes y de culturas minorizadas; desde aquí, abrimos el marco y hablamos de interculturalidad, mediante un diálogo asíncrono con adolescentes de República Dominicana. Y ya en el tercer trimestre, hablamos sobre consumo responsable y economía solidaria, basándonos en el impacto del sistema de producción a nivel mundial no solo en el medio ambiente, sino también en términos de justicia social. Terminamos el curso volviendo al principio, es decir, a ese futuro que queremos y que puede estar representado por los ODS y la Agenda 2030: ¿cómo podemos trabajar para conseguir los diferentes objetivos propuestos a través de la educación, el activismo y la participación social? Esa es la gran pregunta de la última sesión, y facilitamos que se traduzca en objetivos realistas y asequibles para el alumnado.

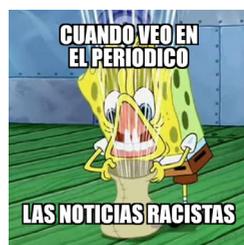
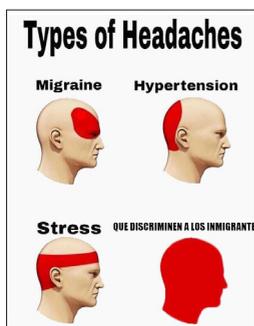
En cuanto a las herramientas digitales empleadas, EpDLab ha explorado muchas y diversas: desde herramientas que no existen, como Vine, que permitía crear vídeos muy breves que se editaban directamente en la publicación y se reproducían en bucle, stories de Instagram, editores de vídeos y fotos, diseño gráfico, o cualquier otra herramienta de producción de contenidos.

Todo esto se ha combinado con el trabajo con materiales analógicos y, la comunicación audiovisual tienen un gran peso, el texto ha tenido un papel protagonista en todo momento. No solo por la puesta en marcha de habilidades relacionadas con la redacción previa a la producción de resultados, que implica la necesidad de activar la comprensión lectora y el tratamiento de la información, sino que en la misma producción digital, el texto sigue definiendo el discurso. El requisito es que ese texto sea breve, pero que transmita un mensaje complejo y que sea leído en coherencia con la imagen que le acompaña. Por ejemplo, uno de los trabajos prácticos realizado consiste en una fotografía con una frase que resume su aprendizaje a lo largo del taller, y aquí tenéis algunos resultados.



Fuente: Elaboración Propia

Otra de las narrativas que más hemos usado y, ha estado presente desde el principio, es la creación de memes. El meme podría considerarse la unidad mínima de comunicación digital, pero no por ello es simple: el infinito catálogo de memes de la red se ha convertido en un banco de recursos comunicativos y, a la vez, una buena representación de la sociedad, donde encontramos los comentarios más discriminatorios, racistas o machistas, y en paralelo ha demostrado ser también una herramienta de sensibilización, denuncia y de cambio social. Hacer un meme requiere un proceso de reflexión importante para que la imagen elegida sea coherente con el texto, no lleve a confusión o dobles sentidos y, en nuestro caso, que exprese en un solo golpe de vista cuál ha sido el aprendizaje del alumnado. Sigue siendo una de las herramientas más utilizadas y con mejores resultados a lo largo del proyecto.



Fuente: Elaboración Propia

Y es que, sin duda, subvertir los mensajes ha sido uno de los grandes poderes de las narrativas digitales: apropiarse de un determinado contenido, mensaje o formato para reinterpretarlo y darle otro significado. Así, trabajamos también con apps que permiten tomar extractos de películas, series o programas de televisión y grabar doblajes alternativos sobre ellos. Lo hemos utilizado para denunciar tanto la representación sexista y discriminatoria en medios de comunicación, como para combatir el discurso de odio que llega en forma de bulos y fake-news. Para realizar estos doblajes y otras actividades como vídeos muy breves, solemos facilitarle al alumnado material con datos accesibles, como los elaborados por organizaciones como la Red Acoge, Mal-dita.es o SOS Racismo, entre otras.

En todo este recorrido a través de diferentes discursos mediáticos, no podíamos dejar de lado la publicidad, una de las narrativas más poderosas: a través del consumo se consolidan y legitiman las desigualdades a nivel global, por eso lo trabajamos desde la contrapublicidad. Subvertir los mensajes im-



plica conocer muy bien los recursos, tener muy bien definido nuestro mensaje y la activación de habilidades digitales y creativas. Con estos talleres, hemos conseguido que el alumnado sea capaz de conocer el lenguaje publicitario, los diferentes elementos que lo integran y el impacto sobre quién lo recibe, para después manipularlo y elaborar mensajes propios en favor de la justicia social.



Fuente: Elaboración Propia

Esta actividad la enlazamos con la última del curso, en la que retomamos todo lo trabajado y reflexionamos sobre acciones de cambio, como la participación en asociaciones y organizaciones, así como evaluamos todo el proceso de aprendizaje y su aportación al grupo y a la comunidad en que se inserta.

Estas actividades se completan con un encuentro intercentros en primavera, al que acuden todos los grupos participantes: alrededor de 100 personas entre profesorado y alumnado. Planteamos esta jornada como un hackathon: como una jornada de producción. En ella, el alumnado se divide en grupos que están coordinados por profesorado de los diferentes centros, y al finalizar



del día tienen que haber producido un resultado concreto para una campaña de comunicación. Por ejemplo, en el curso 21-22 trabajamos alrededor del discurso de odio, y durante este curso 22-23 trabajaremos sobre el cambio climático y su impacto a nivel social. Otra actividad que hemos incorporado en el curso 22-23 (que es el resultado de una de las actividades piloto llevadas a cabo el año pasado) es una sesión de 50 minutos con otros grupos del centro diferentes del grupo meta: al menos otras dos clases de cada uno de los centros asisten a un taller de 50 minutos basado en los contenidos del itinerario didáctico principal, pero que se adaptan a las necesidades concretas.

Por último, tenemos nuestra aula virtual donde publicamos todas las actividades que realizamos adaptadas a estrategias de aprendizaje en línea y que se pueden realizar de forma autónoma. Cada año, colaboramos con otros centros gallegos que eligen unos o dos talleres que quieran realizar, se les da un acceso al aula y, posteriormente, nos devuelven su feedback sobre los materiales. Es una visión completamente externa al proyecto que aporta resultados muy relevantes sobre el mismo.

2.2. ACTIVIDADES DOCENTES

Para que todo esto ocurra, es necesario tener una relación estable, efectiva y de confianza absoluta con el profesorado vinculado a EpD-Lab. Esto implica, no solo un proceso de coordinación y seguimiento continuo a lo largo de todo el curso, sino también un proceso participativo de definición de necesidades y expectativas. Además, el profesorado facilita la experimentación con actividades piloto, acompañan el proceso de aprendizaje, contribuyen en la observación de aula y participan en dinámicas de design thinking orientadas a resultados. Como complemento, y retomando el objetivo de promover una educación de calidad, EpDLab realiza una formación anual en colaboración con la Consellería de Educación de la Xunta de Galicia, abierta a todo el profesorado de la Comunidad Autónoma, en la que compartimos nuestras metodologías, nuestras estrategias y nuestras herramientas.

3. RESULTADOS

A lo largo de estos años, han participado más de 700 alumnos y alumnas de forma directa, y unos 250 de forma indirecta a través de actividades guiadas en el aula virtual o actividades piloto. En cuanto a docentes, unos 30 han



participado en el proyecto (entre ellos, hay varios que nos han acompañado desde el principio), y otros 30 a través de formaciones y otras actividades del proyecto.

El desarrollo de un modelo de acción e investigación nos ha permitido sistematizar resultados y compartir nuestros resultados en diversos formatos, desde jornadas formativas para profesionales de la educación hasta la publicación de guías metodológicas basadas en las herramientas y estrategias del proyecto, así como de artículos que, a partir de la observación y el análisis de lo observado, buscan contri-buir a las ciencias didácticas, a la incidencia y a la igualdad de oportunidades. Creemos en el acceso abierto al conocimiento y, por lo tanto, todas nuestras producciones tienen licencia Creative Commons. Se han publicado 3 guías metodológicas, en las que se describen y se compar-ten las actividades con alumnado en forma de unidades didácticas, con acceso a todos los materiales para su reutilización de forma autónoma. Tenemos publicada también una guía de contribución a las estándares de aprendizaje en la Educación Secundaria Obligatoria de EpDLab, que fue realizada por dos docentes que han colaborado de forma continua con EpDLab.

Durante la crisis del COVID-19, EpDLab adaptó todas sus actividades pre-senciales a un entorno virtual, y en esta guía compartimos cuáles son las he-ramientas que utilizamos, qué uso les dimos y cómo hicimos la traducción de metodologías. Igualmente, garantizamos el acceso abierto al aula virtual de forma abierta, como plataforma para realizar las actividades de forma autó-noma. Hasta el momento es una de las herramientas que más éxito ha tenido, como indica el registro de accesos e interacciones a lo largo de todo el año, incluso durante el verano.

A lo largo de estos años, hemos participado en diferentes congresos, y jor-nadas, y hemos publicado en revistas especializadas dos artículos de investi-gación. En esta fase, iniciamos un proceso nuevo que he-mos llamado “Kit digital de aprendizaje abierto”, entendido como un proceso de colaboración entre el equipo de EpDLab, el profesorado participante, una asociación pro-fesional de docentes y dos grupos de investigación de la universidad. Nuestro objetivo es trabajar alrededor de un modelo o prototipo de recurso educativo basado en la ECG y en nuestra propuesta metodológica para, a través de este proceso colaborativo, identificar los puntos de conexión y las posibles contri-buciones entre los diferentes agentes implicados.



4. CONCLUSIONES

En cuánto a las conclusiones de estos ocho años, podríamos extraerlas todas de las diferentes herramientas de evaluación que implementamos en las actividades. Por un lado, en cada sesión ponemos en marcha distintas dinámicas de evaluación cualitativa: se trata de evaluación para el aprendizaje, y no exclusivamente del aprendizaje. Utilizamos metodologías que faciliten que el alumnado haga visible su aprendizaje a lo largo del año, es decir, cómo comenzamos, cómo terminamos y qué hemos ganado. Así, jugamos con el Mural Común de Aprendizajes, los Exit Tickets, o los memes de evaluación. La evaluación cuantitativa la realizamos a través de cuestionarios y todo esto se completa con un informe de evaluación externa que combina ambas perspectivas.

"Unha **experiencia inesquecible**, polo feito de que foi moi ben levada"

"Pensa e **deixa pensar**"

"Algo que **nos axuda a comprender moitas cousas**"

"EpDLab é unha forma estupenda para **aprender cousas que no mundo fan moito dano**"

"Educativo"

"Un taller que axuda a desenvolvernos como persoas e **perder o medo ao descoñecido**"

"Aprendizaxe para a vida"

"Unha forma de **aprender a ser diferente** traballando diferente"

"Educación para a **igualdade e a xustiza no futuro**"

"Aprendizaxe **máis alá dos libros**, facendo cousas máis importantes"

"Unha actividade **moi divertida**"

"Experiencia xenial"

"Abrir **mellor a mente**"

"O mellor proxecto do ano escolar"

"EpDLab foi unha **magnífica experiencia**"

"A mellor actividade. Unha **marabilla**"

"**Incrible, divertido**"

"Taller para **coñecer o mundo** doutra maneira"

"**Maxia!!**"

"Un proxecto divertido, interesante e de **moito compañeirismo**"

"**Aprendizaxe e cultura** coa diversión incluída"

"**Adquirir ferramentas e aprender** mentres nos divertimos"

"**Aprendizaxe de novos coñecementos** sobre a situación actual da sociedade"

"Clase interesante para ter **outra visión do mundo**"

"**Cambio de pensamento** sobre o mundo"

Fuente: Wayna Consultora



Si leemos las conclusiones de la anterior imagen, creemos que el proyecto es relevante, significativo y además, tal y como señala el meme con el que comienza este artículo, consigue una vinculación emocional con gran parte del alumnado. Esto les permite apropiarse del proceso de aprendizaje, así como vincularlo directamente con su experiencia cotidiana.

Los medios de comunicación siguen teniendo un papel muy relevante a la hora de construir nuestra forma de ver el mundo: son una ventana por la cual llegamos a conocer ciertas realidades que no tenemos en nuestro contexto inmediato y son, al mismo tiempo, un reflejo de esta mirada. Esto nos lleva a volver a poner en el centro la alfabetización mediática para trabajar en las aulas, es decir, cómo herramienta indispensable para construir ciudadanía libre, autónoma y responsable, capaz de participar activamente en el entorno en el que vive, y de transformarlo para que responda a sus propias necesidades y expectativas.

Referencias

- >> Adell, Jordi y Castañeda, Linda (2010), "Los Entornos Personales de Aprendizaje (PLEs): una nueva manera de entender el aprendizaje", En Roig Vila, R. & Fio-rucci, M. (Eds.) Claves para la investigación en innovación y calidad educativas. La integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y la Interculturalidad en las aulas. Alcoy: Marfil – Roma TRE Università degli studi
- >> Álvarez, David, (2013), Capítulo 11: "Entornos personales de aprendizaje: del aprendizaje autónomo a la educación edupunk". En Bergmann, Juliana y Grané, Mariona. La universidad en la nube. A universidade na nuvem (páginas 239-262) Barcelona: LMI.Col·lecció Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius. Universitat de Barcelona. Barcelona.
- >> Díaz R., Freire, J., Lamb, B., Martín Barbero, J., Lafuente, A., Wesch, M., Echeverría Ezponda, J., Igelmo Zaldívar, J., Reig Hernández, D., Ito, M., Jiménez, P., Piscitelli, A., Muñoz, J., & De la Torre, A. (2009). La Educación Expandida. Zemos98.
- >> Guitián, Roi. Lobo, María. Díaz, Sonia. (2019). Narrativas digitales para potenciar la creatividad, la participación y el pensamiento crítico en la enseñanza obligatoria. Actas del V Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Cooperación. CINAIC 2019. doi: 10.26754/CINAIC.2019.0084



CAPÍTULO XII

CIBERESPECT, UN PROYECTO DE NARRATIVA, FORMACIÓN Y ACTIVISMO PARA COMBATIR EL ODIOS Y LA DISCRIMINACIÓN SOCIALES

Emma Velo Castro

Ecós do Sur/Universidade da Coruña

1. INTRODUCCIÓN

Ecós do Sur trabaja desde 1991 para que las migraciones fructifiquen en una sociedad más próspera, justa y orgullosa de su diversidad. Defiende los derechos de las personas migrantes, desempleadas y de mujeres en situaciones de especial vulnerabilidad.

Para lograrlo, cuenta con un equipo de unos 50 profesionales de la sociología, la psicología, la orientación laboral, la educación social, el trabajo social, la mediación, el derecho y el periodismo que diseñan y ejecutan proyectos interdisciplinarios de transformación social. Desde 1991, cuentan con más de 19.000 personas usuarias directas y más de 300.000 personas beneficiarias de acciones de sensibilización.

1.1. COMBATIR EL ODIOS EN UNA SOCIEDAD POLARIZADA

En lo que va de década hemos visto situaciones que han puesto al límite a la sociedad, como la pandemia del coronavirus, el regreso de los talibanes en Afganistán o la guerra de Ucrania. Al mismo tiempo, en nuestro país, se han incrementado las agresiones racistas y xenófobas con ataques a los migrantes o asesinatos como el de Younes en Murcia, también ataques homófobos como el asesinato de Samuel en A Coruña. El odio y los rumores prenden esta chispa en un ambiente social y económicamente caldeado.

El odio, la agresividad y la infodemia en Internet tienen como diana a las personas migrantes, racializadas y/o en situación de vulnerabilidad y, como atestiguan diversos informes de instituciones internacionales, esto se traduce en violencia directa contra estos colectivos (Agencia de los Derechos Funda-



mentales de la Unión Europea [FRA], 2021; Guterres, 2022). Esta situación coincide con el incremento de la inmigración forzosa irregular (el 70% de las personas atendidas por primera vez en Ecos do Sur en 2019), el aumento de los discursos y delitos de odio según los datos del Ministerio de Interior (2021) y un nuevo paradigma comunicativo centrado en las redes sociales que genera un aumento de las personas que podrían verse posicionadas en la intolerancia (el 40% de los usuarios de redes en 2016, frente al 60% en 2020, según los datos de Fundación porCausa).

El proyecto CibeRespect nació en 2016 ante la observación directa del auge del odio y la discriminación en Galicia a través de los testimonios de las personas usuarias de Ecos do Sur. Era necesario abordar los problemas situados en la base de la escalada de odio: los estereotipos, los prejuicios, la desinformación y los discursos contra colectivos. Se inició así un proyecto interdisciplinar con profesionales de psicología, sociología, comunicación y educación. Con ayuda de la financiación pública, se crearon programas para la alfabetización mediática de personas en colectivos vulnerables, de profesionales que trabajan en el marco de los derechos humanos y el desarrollo social, la información y la educación, así como de la juventud. Desde 2016, se han realizado más de 17 proyectos con un impacto en más de 15.000 personas de países de Latinoamérica, Europa, África y Oriente Próximo.

Desde sus inicios, el proyecto se rodeó de personas expertas con una vocación de colaboración y cooperación en la publicación de datos, logros y hallazgos; y se sustentó sobre una perspectiva innovadora que pretendía explorar nuevas formas de llegar a la ciudadanía para sensibilizar sobre esta problemática, formar en actitudes críticas y empoderar a los colectivos vulnerables ante el odio que sufren habitualmente.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo general de CibeRespect es prevenir y contener el auge de incidentes de odio (aporóforos, racistas, xenófobos, etnófobos, islamófobos, machistas y homófobos) en un contexto social y económico adverso. De este objetivo se derivan otros específicos: impulsar la acción de autodefensa y unidad social frente a los delitos de odio a través de herramientas y oportunidades de participación en Galicia; generar un grupo motor para la mediación y acción preventiva de los delitos y discursos de odio y otras formas de discriminación



a través de acciones de diálogo intercultural; crear nuevos marcos mentales y posibilidades de colaboración entre la opinión pública gallega que favorezcan el apoyo y la solidaridad hacia estos colectivos, de modo que se posicionen en el respeto, la tolerancia y la valoración de la diversidad social.

La metodología del programa transita por varias vertientes. En primer lugar, la escucha social a través de estudios con encuestas semiestructuradas que permiten obtener datos cuantitativos y cualitativos sobre la percepción de esta problemática de los diversos colectivos afectados; así como la recogida de testimonios directos de personas que han sido víctimas del odio y la discriminación. En segundo lugar, la formación en alfabetización mediática para lograr una ciudadanía crítica, que sepa distinguir la información veraz de la desinformación. Estas iniciativas se dirigen principalmente a estudiantes de varios niveles: educación primaria, secundaria y universitaria. También se han extendido a profesionales en contacto con los colectivos vulnerables, y a profesionales de la comunicación. Finalmente, hemos realizado cursos con las personas usuarias de Ecos do Sur añadiendo formación sobre cómo actuar ante estas situaciones, comunicativa y legalmente. Las formaciones van, desde cursos relacionados con teoría y casos prácticos, hasta metodologías más complejas como las de aprendizaje y servicio, pasando por talleres prácticos con dinámicas educativas que buscan romper los marcos de referencia y generar sinergias de empatía. En tercer lugar, se abordan prácticas de activismo a través de las redes sociales, las nuevas tecnologías y la cooperación social. Estas prácticas se basan en lograr la sensibilización y un cambio en el marco mental de la sociedad a través del uso de la narrativa, así como el trabajo cognitivo, competencial, emocional y relacional con las personas usuarias.

2.1. ACTIVIDADES REALIZADAS EN CIBERESPECT IV

Atendiendo al carácter evolutivo de las cuatro ediciones del proyecto, se presentan las principales iniciativas realizadas en la última edición fruto del espíritu innovador de ensayo y error en las aplicaciones metodológicas del proyecto.

2.2.1. TALLER PROTÉGETE Y DEFIÉNDETE

Dirigido a personas usuarias pertenecientes a colectivos vulnerables se creó un taller de dos horas con una parte teórica sobre la problemática del odio y



la discriminación que ofrecía información sobre cómo actuar y cuáles son las diversas vías de denuncia ante los casos de delito. En la segunda parte del taller, se realizan dinámicas de roles para poner en práctica los recursos aprendidos y también favorecer el relato de experiencias personales relacionadas con el odio y la discriminación.

2.2.2. INICIATIVA BIBLIOTECAS HUMANAS

A través de los testimonios de las personas que trabajan como mediadoras en Ecos do Sur, así como de personas usuarias, se crearon fórmulas para trasladar sus experiencias sobre estas problemáticas a la ciudadanía. Esta iniciativa cuenta con varias vertientes: testimonios directos en piezas periodísticas de diversos medios de comunicación para hacer llegar sus relatos y vivencias al público general; impartición de charlas-coloquio con varios testimonios en universidades; así como la creación de productos audiovisuales y teatrales para alcanzar al público a través de nuevos formatos. Entre estos últimos, se encontraría la obra teatral “La nave de las Marías”, una creación colaborativa a través de las experiencias de mujeres migrantes y basada en la figura de María Casares; o la edición del podcast Huellas Invisibles (pendiente de publicación) en el que personas usuarias explican sus testimonios como migrantes y empleadas en el sector de la ayuda a domicilio.

2.2.3 NARRATIVA ALTERNATIVA CON REALIDAD VIRTUAL

Con la colaboración del colectivo Be Another Lab, se creó un taller práctico de una semana sobre narrativas alternativas con realidad virtual multisensorial dirigido a usuarios y a los profesionales que trabajan en contacto con grupos vulnerables. El diseño del taller incluye dos días de aprendizaje sobre narrativa en los que se muestra el problema de los marcos generados por el discurso de odio y la desinformación, junto a formas de combatirlo mediante narrativa positiva y alternativa.

El taller continúa de la mano de Be Another Lab con cinco días intensivos de inmersión en la creación de este tipo de narrativas a través de su innovación: “La máquina de ser otro, un Sistema de Encarnación en Realidad Virtual (ERV) que de manera creíble facilita un cambio de cuerpo. Esta experiencia es conocida como Ilusión de Tránsito Corporal en los laboratorios de investigación neurocientífica” (Be Another Lab, 2022).

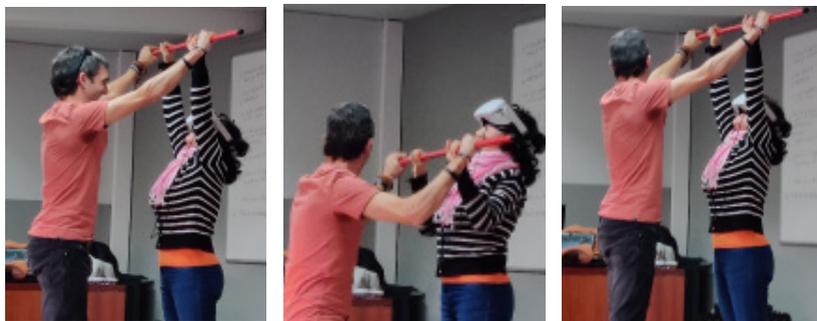


Divididos en grupos, las personas asistentes generan relatos documentales que van desde la vivencia hasta la ficción documental, pasando por la recreación. Estas historias se piensan para ser rodadas con cámaras de 180 grados que reproducen la visión en primera persona, así como la interacción sensorial a través de los sentidos del tacto, el oído y el olfato. Una vez esclarecido el guion, se procede a la grabación de la idea y la posterior edición del material.

Con el material editado, se realizará una propuesta de activismo interactivo en la vía pública. Los viandantes podrán sumergirse en la historia creada por los participantes del taller, personas migrantes y racializadas, a través de unas gafas de realidad virtual. Durante el visionado, una persona recreará en vivo los momentos de interacción sensorial para romper la barrera cognitiva y generar una mayor empatía emocional (VER FIGURA 1).

FIGURA 1

Asistente creando una experiencia dinámica de tacto durante un visionado.



Nota: Esta experiencia se encuentra actualmente en pleno desarrollo. Ya se ha realizado el taller y está ahora en fase de edición. La actividad de calle con el público general está programada para la fase final de esta edición de Ciberrespect, entorno a enero o febrero de 2023.

2.2.4. APRENDIZAJE Y SERVICIO

Este modelo de actividad es una constante en el proyecto. En esta edición, se contó con estudiantes de la Universidad Internacional de la Rioja (UNIR) de diversas disciplinas de grado, y repetimos la experiencia de otras edicio-



nes con los estudiantes del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Vigo (UVIGO). En el caso de la UNIR, tras una formación sobre los problemas relacionados con el odio, la desinformación y la discriminación, el alumnado debía presentar proyectos prácticos con dos vertientes posibles: activismo e iniciativas de cambio social, proyectos de integración social. La propuesta para el alumnado de la UVIGO consistió en un taller de alfabetización mediática sobre la desinformación y cómo detectar y combatir bulos, junto a una propuesta de creación de campañas en redes sociales que sirvan para combatir este problema dentro de nichos temáticos de su elección.

3. RESULTADOS

El taller Protégete y Defiéndete generó gran demanda y alcanzó la participación de 150 personas en lo que va de edición. Además de los talleres presenciales, se impartió otro a distancia usando el programa de mensajería WhatsApp con 522 participantes. Las dinámicas, pensadas para poner en práctica la parte teórica del taller, tuvieron un efecto emocional sobre las personas asistentes con momentos de comunidad en los que compartían sus propias experiencias relacionadas con casos de violencia, odio y discriminación.

Esta exposición de casos fue aprovechada por el equipo a través de la recogida documental con el objetivo de ser empleados en futuras dinámicas y actividades del proyecto CibeRespect. Pudimos observar un efecto terapéutico en las personas que compartieron sus historias, sintiéndose seguras y acompañadas en un entorno que las escuchaba y comprendía su sufrimiento.

El proyecto de Bibliotecas Humanas desarrollado en esta edición de CibeRespect ha llegado a 343 personas a través de diversas actividades de sensibilización y educativas. Por ejemplo, en el caso de las charlas-coloquio, destaca la experiencia en el Centro de Estudios Superiores de Galicia (CESUGA), en el que el alumnado del grado de Traducción e Intermediación Cultural pudo conocer de primera mano la experiencia migrante de tres de los mediadores de Ecos do Sur: Masha, originaria de Ucrania; Said, procedente del Líbano; y Djibril, nacido en Senegal.

El alumnado se mostró participativo y atento a la exposición y se crearon sinergias de interacción entre ellos y los ponentes. El resultado fue la apertura del marco mental del estudiantado de CESUGA, que se mostró sensibilizado



hacia los colectivos que representaban los ponentes a través de empatizar con sus experiencias personales.

El proyecto en curso de Narrativas con Realidad Virtual contó con una veintena de asistentes, aunque la demanda fue más alta, la metodología del taller nos obligó a limitar la inscripción. Las personas participantes se mostraron proactivas y motivadas por la iniciativa. Crearon tres historias: una de vivencias sobre la migración, otra de recreación-ficción sobre la discriminación en los procesos de alquiler de viviendas y una tercera de ficción relatando los abusos en el ámbito laboral.

A pesar de retratar estas problemáticas, todas las narrativas creadas contaron con elementos de narración positiva con marcos contrarios al odio y la discriminación a través de la propia historia. En el caso de las vivencias, se reflejó la importancia de la comunidad frente a la soledad y el sufrimiento de las personas migrantes; la narrativa sobre el alquiler muestra esta problemática como un lugar común que también afecta a personas no racializadas ni migrantes; y la historia sobre el conflicto laboral incluyó una representación positiva de las conexiones personales fruto de la integración y socialización entre oriundos y migrantes.

Durante la grabación, la implicación alcanzó niveles que no esperábamos y que supuso la creación de grupos de mensajería, así como una inmersión total en el objetivo activista de la experiencia de las personas participantes. Se generó una gran sinergia en los grupos de trabajo, pero también entre los grupos, lo que potenció la creatividad y el sentimiento de comunidad entre personas con edades dispares, distintos géneros, religiones, razas y nacionalidades. Todos están deseando ver los vídeos montados y ya están pensando en cómo diseñar la intervención en las calles de A Coruña. Es la primera vez que se realiza este proyecto, pero la intención es repetirlo en futuras ediciones de CibeRespect. El objetivo será crear un grupo de activismo estable que permita realizar intervenciones directas en la ciudadanía empleando la empatía a través de la Encarnación en Realidad Virtual. Queda ahora esperar el efecto que tendrá la experiencia de intervención en las personas que se pongan las gafas y prueben, durante unos minutos, a ser otra persona.

La expectativa, dadas experiencias anteriores referidas por el colectivo Be Another Lab, es que se produzcan momentos de empatía cognitiva que rom-



pan el marco mental de las personas que participen en la experiencia, con las consecuencias afectivas que esto puede generar resultando en un cambio de perspectiva de aquellas personas que podrían caer en la intolerancia si no se les da la oportunidad de acercarse a estos colectivos vulnerables.

En esta edición, la iniciativa de aprendizaje y servicio alcanzó 72 participantes. Además, produjo varias ideas de proyectos interesantes en el caso de la UNIR: propuesta de una feria de empleo en hostelería junto a una experiencia gastronómica intercultural, diseño de una aplicación para la detección de bulos y la creación de un juego de mesa infantil con el objetivo de la alfabetización mediática para menores de 12 años. Hemos recogido estos proyectos para su estudio profundo con la idea de desarrollar aquellos que sean viables en futuras ediciones de CibeRespect.

En el caso de la experiencia en la UVIGO, un total de 25 estudiantes se dividieron en seis grupos y se enfocaron en la desinformación relacionada con temáticas de su interés: fármacos, menores, el conflicto de Ucrania, sexo, el colectivo trans y la salud mental. Realizaron piezas audiovisuales dirigidas a grupos de edad entre los 14 y los 45 años dependiendo de la red social y la temática.

El objetivo general era combatir la desinformación y se materializó en diversos objetivos específicos: educación sexual, prevención de la automedicación, combatir los bulos de la extrema derecha sobre migrantes menores no acompañados, la alfabetización mediática, la publicación de narrativas sobre la guerra de Ucrania y, finalmente, acciones de sensibilización sobre el colectivo trans y sobre las personas con enfermedades mentales. Estas acciones se propusieron para YouTube, Twitter, Facebook, Instagram y TikTok, aunque no todos los proyectos llegaron a término. Las ideas que sí se llegaron a ejecutar fueron los vídeos de concienciación en redes sociales, en concreto sobre salud mental, información sexual y sobre los peligros de la automedicación. Las creaciones fueron compartidas en las redes sociales y generaron impactos e interacción entre el público joven usuario de Tik Tok e Instragram.

4. CONCLUSIONES

Hemos podido constatar que los proyectos de CibeRespect tienen una profunda huella transformadora en las personas que participan en ellos. En el



caso de las personas usuarias, se muestran siempre muy agradecidas por la oportunidad y se genera un impacto emocional positivo. Algunas personas nos han solicitado futuros proyectos de CibeRespect centrados precisamente en el manejo emocional y psicológico de las consecuencias del odio y la discriminación.

En el caso de otros colectivos, como los estudiantes o los profesionales que trabajan con personas vulnerables, se puede ver interés e involucración en el activismo y la sensibilización de la ciudadanía. Entre los estudiantes, podemos asistir a un cambio de sus creencias que les hace salir de su marco mental para adentrarse de una forma crítica en la información disponible en las redes sociales e Internet. Este cambio de perspectiva les vuelve más conscientes de la desinformación y les hace partícipes de la solución convirtiéndose en ciudadanos críticos y, en algunos casos, activistas contra los bulos en Internet. Gracias a la difusión de resultados y productos de los proyectos, también se ha conseguido un impacto sensibilizador en la población general a través de las redes sociales.

Estamos deseando conocer las implicaciones del proyecto de Narrativas con Realidad Virtual, el compromiso que se respiró en el grupo de trabajo y las creatividades generadas presentan un poderoso potencial transformador de la sociedad.

La experiencia recogida con el conjunto de ediciones de CibeRespect atestigua que en este tipo de proyectos de alfabetización mediática es muy importante dejar espacio para la interacción libre de los participantes. El componente humano de las temáticas que tratamos son un revulsivo de las emociones y la motivación de las personas implicadas en cada proyecto. Dejar que las intervenciones e interacciones fluyan se ha convertido en un elemento esencial de cada taller y actividad realizados para crear sinergias y generar nuevos contenidos y oportunidades de exploración metodológica en futuras ediciones.

7. APOYOS

Este proyecto no sería posible sin la subvención concedida por la Consellería de Política Social de la Xunta de Galicia en su convocatoria de ayudas con cargo al 0,7% del IRPF.



Referencias

- >> Agencia de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea [FRA], (2021). Fundamental Rights Report 2021. Office of the European Union. https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2021-fundamental-rights-report-2021_en.pdf.
- Bertrand, P., Betánzos, C., Cherene, C., Deseke, N., González, D., Hooijmans, D., Masood, D., Roel, M. y Tres, A. (2022) The Machine To Be Another. Embodied Virtual Reality System. [Página web]. Be Another Lab. <http://beanotherlab.org/home/work/tmtba/>
- >> Guterres, A., (18 de junio de 2022), Guterres: El discurso que incita al odio “des-humaniza a las personas y a las comunidades”. Noticias ONU [Web de las Naciones Unidas]. <https://news.un.org/es/story/2022/06/1510492>.
- >> Gutierrez, J. L., Sánchez Jiménez, F., Fernández Villazala, T., Mánez Cortinas, C. J., Herrera Sánchez, D., Martínez Moreno, F., San Abelardo Anta, M., Rubio García, M., Gil Pérez, V., Santiago Orozco, A. M., Gómez Martín, M. A., Gómez Esteban, J., Prieto Arjona, R., Méndez Matos, C., Amado Hernández, M. P. y Matilla Molina, A. (2021). Informe sobre la evolución de los delitos de odio. Ministerio de Interior, Gobierno de España. <https://www.interior.gob.es/opencms/pdf/servicios-al-ciudadano/delitos-de-odio/estadisticas/INFORME-EVOLUCION-DELITOS-DE-ODIO-VDEF.pdf>
- >> Velasco, V. y Rodríguez-Alarcón, L. (2020), Nuevas narrativas migratorias para reemplazar el discurso del odio. Fundación porCausa. https://porcausa.org/wp-content/uploads/2020/02/Dossier_Nuevas-Narrativas-para-reemplazar-el-discurso-del-odio.pdf.



CAPÍTULO XIII

ONDA ODS: UN EJEMPLO DE CONCIENCIACIÓN GLOBAL DESDE LO LOCAL

David Jesús Gallego Roji

Red de Medios Comunitarios (ReMC)

1. INTRODUCCIÓN

Los ODS, los Objetivos de Desarrollo Sostenible, son una serie de 17 metas que vienen propuestas desde Naciones Unidas y que marcan un itinerario para la consecución de metas como el acceso a la alimentación de calidad y al agua potable para toda la población, el cuidado del medio ambiente en todos sus ámbitos, las condiciones de trabajo justas y estables y la consecución de sociedades más abiertas, participativas y plurales. La totalidad de los 17 objetivos así como las tareas propuestas para conseguirlos en cada ámbito, pueden consultarse a través de la propia web de las Naciones Unidas y son herederos directos de otras iniciativas similares, como los Objetivos del Milenio. En este caso, con un ámbito de realización que tiene la vista puesta en el año 2030.

Pese a que estos objetivos se han ido trabajando desde hace años tanto desde todas las administraciones públicas como desde la sociedad civil y a la transversalidad con la que están presentes en la mayoría de proyectos de las diferentes ONG y asociaciones de ayuda al desarrollo, lo cierto es que existe un desconocimiento bastante pronunciado en la sociedad, tanto sobre los objetivos en sí como en las propuestas que se marcan para su consecución. La Agenda 2030 cuenta incluso con un creciente número de detractores vinculados con el auge de la extrema derecha y de rechazo de las instituciones transnacionales como respuesta a los problemas sociales.

Por este motivo, se plantea la necesidad de acercar a la ciudadanía al conocimiento de estos Objetivos y a la familiarización con los conceptos que se encuentran detrás de ellos. Con idea de trabajar en este objetivo desde lo local, la Asociación de Emisoras Locales y Comunitarias de Andalucía, EMARTV, plantea el proyecto Onda ODS, en colaboración con diferentes redes de comunicación comunitaria y local en el ámbito español. Una iniciativa a la que



la Red de Medios Comunitarios (ReMC) se ha unido también como entidad colaboradora y aportando su conocimiento del tejido asociativo local.

Como es sabido, la comunicación local comunitaria se mueve en dos ámbitos simultáneos. No solo ofrece sus programas para una audiencia local, sino que es esta misma audiencia la que participa de manera activa en la creación de los contenidos. Los ODS tienen, a pesar de su carácter global una clara orientación local que viene recogida desde la propia Estrategia Española para este ámbito, y que destaca que todos estos objetivos tienen en común que “incluyen metas relacionadas con competencias y responsabilidades de la esfera local y municipal, principalmente en la prestación de servicios básicos y en la promoción de un desarrollo territorial endógeno, inclusivo y sostenible”.

Tal y como se define en el propio proyecto Onda ODS, “a pesar del trabajo realizado por un sinfín de actores privados y públicos a lo largo de los últimos años, hemos de reconocer que la Agenda 2030 y sus contenidos apenas integran las noticias e informaciones difundidas diariamente en los medios tradicionales. Por tanto, la población en general, y la población rural en particular sigue desconociendo los principales ejes que contiene. Tampoco se visualizan las entidades que trabajan por la consecución de estos objetivos claves”. Es por ello que desde la ReMC se destaca la importancia de este camino desde lo global hasta lo local no como algo circunstancial, sino como una parte imprescindible del esfuerzo para hacer llegar al gran público información sobre esta temática.

Dentro de Onda ODS, la ReMC ha impulsado un modelo de comunicación global construida desde las realidades locales, entroncando con definiciones como la que realiza el profesor Martínez Hermida, de la Universidad de Santiago de Compostela, cuando considera la comunidad como “un espacio de comunicación, donde los individuos conforman sus relaciones a través de itinerarios e instrumentos para el diálogo sobre la consciencia que les une y les separa de sus entornos diversos, actuando desde esa percepción y conocimiento que les es común”.

Es esa perspectiva común de cada comunidad la que queda reflejada en los espacios producidos dentro de Onda ODS. Esta iniciativa se conforma como una manera de demostrar la capacidad de las iniciativas locales comunitarias para comunicar, de un modo efectivo y riguroso, desde esta perspectiva co-



munitaria y local.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo del proyecto Onda ODS se plantea desde ámbitos diferentes. Por un lado se trata de trasladar a la ciudadanía los retos globales que hay que afrontar dentro de esta estrategia pero también de destacar la importancia de la participación ciudadana para la consecución de esos retos. Es decir, el proyecto busca aterrizar lo abstracto de la agenda 2030 a través de los retos locales, de las entidades cercanas al público objetivo e incluso a códigos culturales territoriales propios y que son imprescindibles para la comprensión e identificación de la ciudadanía con dichos retos.

Estos ejes del proyecto se materializan en tres objetivos principales, como quedaban recogidos en el proyecto:

>> Sensibilizar e informar a la población española sobre las problemáticas que giran en torno a impulso de la Agenda 2030 de la Estrategia de Desarrollo Sostenible 2030 e incidir política y socialmente para la puesta en marcha de la Agenda 2030.

>> Promover sinergias positivas entre actores claves de la comunicación local para favorecer el trabajo en red, el intercambio de buenas prácticas y a la generación de una alianza estratégica para la implementación de la Agenda 2030, en línea con el ODS 17.

>> Favorecer la implicación de una franja de la ciudadanía priorizada por la Estrategia española de Desarrollo Sostenible 2030 (mujeres y la población rural) con el impulso de la Agenda 2030.

2.1. AGENTES IMPLICADOS

Onda ODS es una experiencia que se articula desde EMA-RTV, asociación de emisoras locales y comunitarias que cuenta con un fuerte arraigo en Andalucía. Aunque la mayor parte del colectivo está formado por radios municipales, ha tenido una participación histórica de medios comunitarios, y cuenta con una sensibilidad muy cercana a los postulados de la radio comunitaria. En el equipo que ha formado EMA-RTV se incluyen colectivos de referencia



para la comunicación local en España. Participan en Onda ODS la Asociación de Emisoras Municipales de Galicia (EMUGA), que cuenta con 25 medios asociados, la RadioTV Cardedeu, y la XARXA de Cataluña, una red que proporciona contenidos a 200 medios locales de esta comunidad.

En el caso de la ReMC, entidad de referencia para los medios comunitarios en España, participan en el proyecto una veintena de emisoras de las 30 que conforman el colectivo, con presencia en once comunidades autónomas y una audiencia potencial de 1,5 millones de oyentes. En total hablamos de una red con un alcance de 245 medios en total.

2.2 METODOLOGÍA

Hay dos colectivos en los que se centra de manera especial la actividad: mujeres y mundo rural. Son dos ámbitos que de por sí suelen estar apartados del foco mediático o que solo se ponen en valor de manera superficial. Unir estas dos dimensiones en el proyecto supone no solo poner en valor su punto de vista y sus necesidades, sino también todo lo que se está construyendo en este ámbito y que pasa habitualmente desapercibido para la mayor parte de la sociedad urbana.

Por lo tanto, las piezas propuestas desde la ReMC se han centrado en visibilizar este tipo de iniciativas, aunque sin olvidar que existen otros muchos ámbitos que son objeto de los ODS y que también merecen ser impulsados. La articulación a partir de medios locales se presenta con una mayor capacidad de identificar iniciativas que se desarrollan en su territorio y los temas que más puedan preocupar. Sus ejes fundamentales son dar a conocer iniciativas sociales y ciudadanas dinamizadoras de procesos de cambio; especialmente, en lo relativo a la emergencia climática, la brecha de género y el despoblamiento del mundo rural. En una iniciativa como esta, el objetivo es llegar a la mayor cantidad de público posible, siempre desde el ámbito más local, que es en el que la comunicación comunitaria tiene más que aportar.

En un panorama mediático, en el que se descuida la programación local y de proximidad, este proyecto busca impulsar los enfoques que ya se trabajan desde los medios comunitarios.

Desde la ReMC se propicia una construcción de los procesos que va de aba-



jo a arriba, partiendo de las necesidades y de las experiencias de los medios asociados. Por eso, para la elección de las temáticas de cada uno de los espacios que hemos producido se ha abierto un proceso participativo para que fuera cada medio, desde su propia experiencia, quien propusiera las temáticas y las necesidades a las que querían dar visibilidad mediante esta herramienta. La labor desde la Red se ha limitado a coordinar la producción aportando los elementos básicos comunes necesarios y a asegurar que todo el proceso sigue la metodología general del proyecto.

De este modo se abrió un proceso abierto para que fueran las distintas emisoras las que presentaran qué actividades relacionadas con los ODS se han estado realizando en sus respectivas localidades o en su entorno de influencia más cercano. Así, se ha construido un catálogo de experiencias locales y cercanas al público que recorren la temática general de los ODS desde perspectivas muy diferentes. Desde el Plan Comunitario Proyecto Hogar, de la barriada malagueña de Palma Palmilla a al claustro virtual de la asociación Clavico en Madrid o a las iniciativas puestas en marcha por un aire limpio en la ciudad de Gijón. En todos los casos se trata de hacer lo que las radios comunitarias llevan haciendo desde sus orígenes: dar voz a las propias iniciativas y a sus protagonistas para llevar a cabo un retrato cercano y veraz de cada una de estas iniciativas.

Desde Onda ODS se han planteado este tipo de grabaciones desde dos formatos distintos pero complementarios. La mayor parte de estas piezas corresponden al género radiofónico que es al fin y al cabo el principal ámbito de actuación para la mayor parte de los medios comunitarios incluidos en la red. La ReMC participa en la producción de quince podcasts de dos minutos de duración sobre las problemáticas de la desigualdad y la brecha de género y otras quince sobre el cambio climático y la emergencia medioambiental. Esta batería de contenidos se complementa con otros treinta espacios de diez minutos de duración que abordan desde un punto de vista más amplio los 'retos país' que se contemplan en la Estrategia Española por la Agenda 2030.

También se han llevado a cabo espacios audiovisuales, que tienen un interés especial dentro de la historia de la comunicación comunitaria en España. El abaratamiento de los costes de producción audiovisual y las facilidades de difusión que ofrecen las redes sociales y los canales de Internet hacen posible que los medios comunitarios entren con fuerza en un terreno en el que hasta



hace poco se contaba con muy pocos ejemplos de trabajo comunitario. Por supuesto, Onda ODS cuenta con la participación de la RTV Cardedeu, una de las iniciativas pioneras en comunicación comunitaria audiovisual en España, pero también se van a producir piezas audiovisuales desde la Plataforma Onda Color, en un proceso de salto al audiovisual que ofrece muchas posibilidades nuevas a la comunicación comunitaria local en ámbitos alejados del concepto de televisión tradicional. En este caso el proyecto contempla dentro de la ReMC un total de 15 espacios audiovisuales de dos minutos de duración.

Las actividades del proyecto se completan con un programa de formación en comunicación radiofónica. El papel de los medios comunitarios en la alfabetización mediática es incuestionable, al haber acercado a un público muy diverso la capacitación en comunicación radiofónica. Esta tarea se ha venido realizando en todas las emisoras comunitarias desde sus orígenes, al estar relacionado directamente con su forma de funcionamiento interna. Es esta experiencia de años la que se pone en valor con los tres ciclos de formación previstos en diferentes localizaciones de toda España. Estos talleres tienen como elemento común el trabajo con las comunidades rurales y la perspectiva de género, que son un elemento transversal a lo largo de todo el proyecto. De estos talleres surgirán también un mínimo de 15 piezas en formato podcast en las que el alumnado podrá poner en valor los conceptos aprendidos no solo desde un punto de vista técnico, sino de organización de los contenidos.

Como explica el profesor ES Hollander, “los medios comunitarios están destinados a la ‘reproducción y representación de unos intereses comunes (compartidos)’. Es partiendo de esta interpretación que se construyen los espacios que forman parte del proyecto. Siguiendo con las tesis de Hollander, “la comunidad sirve como marco de referencia para una interpretación compartida”. Por este motivo, se ha priorizado que todas las iniciativas presentes en el proyecto partan de ese entorno de referencia cercano a cada una de las emisoras, y que exista un vínculo previo entre ellas, ya sea porque han participado de manera habitual en los contenidos y la administración de la emisora, como porque comparten un ámbito social. Todo ello sin olvidar que la comunidad como concepto es algo móvil y no fijo. Es decir, que los medios comunitarios deben aprovechar proyectos como el presente para fortalecer los lazos ya existentes con su comunidad, pero también para crear otros nuevos que puedan servir para seguir creciendo, en una colaboración mutuamente beneficiosa para ambas partes.



3. RESULTADOS

Al tratarse de un proyecto que se encuentra todavía en una fase de realización, aún no puede hablarse de resultados concretos. El proyecto tiene prevista su finalización en el mes de marzo de 2023. Sin embargo, de manera preliminar, sí es posible hablar ya de algunos resultados que son importantes de cara a garantizar una continuidad de estas actividades.

En primer lugar es necesario reseñar que el maltrato histórico de los medios comunitarios en España hace mucho más difícil para este tipo de medios la participación en actividades como las previstas en el proyecto. A pesar de los avances en legislación, que se han materializado en las dos últimas Leyes Generales de Comunicación aprobadas en España, el principio que sigue rigiendo la regulación de las radios comunitarias, la falta de regulación, más bien, sigue siendo la que expresaba el profesor Manuel Chaparro, de la Universidad de Málaga en obras como ‘Sorprendiendo al futuro’: la regla de las tres P que condena a las iniciativas comunitarias a ser pocas, pobres y pequeñas. La falta de impulso al sector audiovisual comunitario quiere condenar a estas iniciativas a su práctica desaparición. Por eso desde la ReMC se destaca la importancia de la puesta en valor de la capacidad de estos medios para producir piezas de calidad. Es esta motivación de los medios la que se convierte en un motor de motivación no solo para los medios en sí, sino para la propia comunidad a la que dan servicio.

Estas iniciativas hacen posible que el tejido social que conoce y utiliza la comunicación comunitaria como herramienta de trabajo crezca y se haga más fuerte. Las variedades de iniciativas y colectivos que están participando en esta edición de Onda ODS da buena fe de la necesidad de este tipo de iniciativas y demuestra su implicación social.

Todo esto, por supuesto, se concreta en una superación de las dificultades que vienen sobre todo de los apartados burocráticos y económicos. La falta de legislación que asegure una financiación suficiente a los medios comunitarios tiene como efecto colateral una estructura administrativa débil. De la experiencia de esta iniciativa los medios comunitarios sacan aprendizajes que son de vital importancia para acometer un crecimiento económico que será posible si se aplica de un modo correcto la nueva Ley Audiovisual aprobada en diciembre en España.



4. CONCLUSIONES

El principal objetivo del proyecto, la puesta en valor de las iniciativas de los ODS a nivel local, prueba la importancia de los medios comunitarios como herramienta para el cambio social. Como explican Morfa Hernández y Sol Garabito, “la existencia y puesta en práctica de este tipo de comunicación viene muy ligada a la necesidad que existe en la sociedad actual de replantear un enfoque desde abajo, donde se conciba el desarrollo como un proceso local en el cual la participación de los sujetos y el diálogo multicultural es fundamental”. El éxito en la convocatoria de los actores sociales para formar parte de los espacios planteados va en consonancia con este concepto y demuestra que existe todavía mucho terreno de crecimiento para la comunicación comunitaria de la mano del tejido social.

El gran desafío al que tiene que enfrentarse aún la comunicación comunitaria pasa por fortalecer este tipo de lazos. La existencia de los medios comunitarios, y su utilidad como herramienta de transformación, debe extenderse hacia la totalidad del tejido asociativo. Los medios comunitarios ofrecen una plataforma libre de censuras y de intereses espúreos que los colectivos sociales deben aprovechar. Por supuesto, desde la Red de Medios se sigue avanzando con iniciativas como esta hacia una mayor presencia en el clima mediático y en los debates que están perfilando la sociedad actual. El auge del negacionismo climático, de la extrema derecha y de discursos de odio hacia colectivos como el feminismo, los migrantes o la diversidad sexual, hacen necesario un fortalecimiento del discurso social en las líneas en las que se ha venido trabajando en este proyecto, pero siempre abiertos a un diálogo constructivo con los colectivos sociales.

El fortalecimiento del trabajo en red y la coordinación entre diferentes entidades y colectivos es otra de las conclusiones que podemos extraer de la participación en este proyecto. Las radios comunitarias han estado habitualmente centradas en otro tipo de colaboraciones, en el ámbito legal principalmente, pero Onda ODS demuestra la posibilidad de crear una estructura de creación de contenidos fuerte a nivel nacional. El aprendizaje y los vínculos creados en esta andadura, a pesar de todas las dificultades logísticas surgidas, debe ser un primer paso hacia una colaboración habitual que no debe ni puede eclipsar el trabajo individual surgido de cada una de las iniciativas, sino que se superpone a él alimentándose precisamente de la fuerza de estos medios en lo local.



La puesta en marcha de una segunda edición de Onda ODS, ya aprobada, y la preparación de nuevas colaboraciones con los medios públicos locales. A través de EMA-RTV y de Emuga, demuestran la necesidad de crear iniciativas y vínculos de trabajo en red a nivel nacional.

La alfabetización mediática debe adaptarse a los nuevos códigos de comunicación. Los mensajes breves y directos pueden ejercer una influencia mayor sobre un público habituado a los contenidos de este tipo gracias a las redes. Los nuevos formatos se basan en la rapidez, pero también en una falta de profundización. Debe ser tarea de los medios comunitarios ofrecer una guía a la audiencia y servir de puerta de entrada hacia contenidos más extensos.

5. AGRADECIMIENTOS/APOYOS

Es de justicia agradecer a EMA-RTV que haya contado con la ReMC para participar en este evento. Los vínculos que unen a ambas organizaciones y los objetivos comunes hacen posible un clima de trabajo y colaboración de la que van a seguir surgiendo nuevas iniciativas.

El autor de este artículo agradece también a CUAC FM de Coruña y particularmente a Isabel Lema la posibilidad de participar en un evento como el I Congreso Internacional de Alfabetización Mediática en Medios de Comunicación.

Referencias

- >> Chaparro, M: 'Sorperendiendo al futuro', Los Libros de la Frontera, 2002.
- >> Hollander, E. S. (2002). Community media and community communication. En N. W. Jankowski, Community media in the information age. Perspectives and prospects. (págs. 19-30). Cresskill: Hampton Press.
- >> Martínez Hermida, M, Comunidad, televisión e investigación activas, Desarrollo y compromiso con la televisión local.CL en CD libro en: MARTÍNEZ, M. (ed.) Televisión locales en Europa: proximidad, programación y Políticas de Comunicación. CD, Unidixital, Santiago de Compostela. 2002.ISBN: 84-933313-2-5
- >> Morfa Hernández, G. y Sol Garabito, I.: "Medios y desarrollo: un reto desde lo comunitario ", en Contribuciones a las Ciencias Sociales, Abril 2012, www.eumed.net/rev/cccss/20/

SECCIÓN III.



BUENAS PRÁCTICAS
EN EDUCOMUNICACIÓN
Y EMPODERAMIENTO MEDIÁTICO



CAPÍTULO XIV

**ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA:
LA EXPERIENCIA DE NEAR FM**

Sally Galiana*Near FM, Dublín, Irlanda*

1. INTRODUCCIÓN

Para entender la experiencia de NEAR FM en el área de formación, creación de contenidos y emisión es importante entender el contexto en el que se desarrolla esta radio comunitaria irlandesa.

La alfabetización mediática, que ha sido implementada por los medios comunitarios desde principios de este siglo, solamente se refleja en la ley audiovisual del 2009. Esta inclusión se debe a recomendaciones y directivas europeas, así como al lobby de las federaciones de medios comunitarios (CRAOL y CTA). En agosto de 2009, la Comisión Europea emitió una recomendación formal sobre alfabetización mediática que se suma a una serie de iniciativas en marcha desde 2006 para construir una política europea de alfabetización mediática.

En virtud de las Directivas de Servicios de Medios Audiovisuales de 2007, 2010 y 2013, los Estados miembros de la UE y, en particular, las autoridades independientes reguladoras de los servicios de medios audiovisuales deben desarrollar programas para promover y mejorar el nivel de alfabetización mediática. En Irlanda, el organismo regulador (BAI) propulsa la creación de Media Literacy Ireland. <https://www.medialiteracyireland.ie/>. Plataforma para promover iniciativas y acciones en el área de alfabetización mediática de sus miembros, organización de seminarios y conferencias y coordinación de la semana de la alfabetización mediática.

2. NEAR FM

Near FM es una emisora de radio que emite para el noroeste de Dublín (una población de alrededor de 250 mil personas) desde el año 1995. Fue



una de las 11 radios comunitarias que recibieron las primeras licencias de emisión en FM en una experiencia piloto. Las licencias llegaron tras periodos de ilegalidad (las llamadas radios piratas) y más de una década de insistencia de activistas comunitarios para que el gobierno irlandés reconociera al tercer sector de los medios comunitarios.

El establecimiento de la entidad jurídica, que hoy en día se conoce como Near Media Co-op, se produce en 1983, pero la llegada de la licencia de emisión abre las puertas al desarrollo, crecimiento y financiación de la entidad.

La emisora de radio es parte de una cooperativa llamada Near Media Co-op que también cuenta con una productora de video (NEAR TV) desde el 2004, y un sitio web de podcast comunitario (NearCast, donde se da cabida a podcast producidos por entidades que comparten nuestro ethos), y un proyecto de economía social que trabaja la formación mediática, particularmente en la producción de podcast y capacidades para la comunicación mediática para entidades estatales, semiprivadas y no-gubernamentales. El comité de dirección de la cooperativa está compuesto por personas voluntarias, todas ellas involucradas directamente en la producción de contenido. Este comité de dirección es elegido en una Asamblea anual, y se reúne mensualmente, mientras que el comité ejecutivo se reúne cada dos semanas.

Near FM es una radio generalista, que emite todo tipo de programación, incluyendo programas en lenguas minorizadas (gaélico irlandés), y minoritarias (castellano, cantonés, polaco, francés y alemán), teatro radiofónico (tiene su propia compañía de teatro, Near Drama), música en directo, programas culturales, deportes, etc....

En estos momentos, la radio emite 24/7/365 y Near Media cuenta con 9 personas empleadas a tiempo completo, 23 a tiempo parcial y nuestro voluntariado fluctúa entre 80 y 100 personas.

La radio se financia en su mayoría con dinero público, que proviene de una variedad de fuentes:

- >> Fondos europeos, a través de Erasmus + o fondos centralizados.
- >> El ministerio de educación, a través del sector de educación de adultos.
- >> El organismo regulador irlandés, Broadcasting Authority of Ireland (BAI) con subvenciones para la producción de programas, y en los últi-



mos 3 años subvenciones por actividades de beneficio social (incluyendo formaciones y acciones dirigidas a promover la inclusión y la diversidad en los medios).

>> El ministerio de Protección Social, a través de sus programas de capacitación para el empleo denominada Empleo Comunitario, subvenciona los sueldos de 21 personas a tiempo parcial y una persona a tiempo completo son subvencionados a través de esta financiación.

Los requisitos para que una persona pueda acceder al Empleo Comunitario es que sean desempleados de larga duración, más de un año en recibo de una ayuda al desempleo, y que sean mayores de 21 años.

El foco del empleo comunitario es la formación para que las personas de que participan puedan reintegrarse al mercado laboral. Tienen acceso a una subvención de 250 euros anuales para hacer cursillos fuera de la formación que reciben en Near Media Co-op.

Durante su participación en este programa, estas personas se benefician de capacitaciones, entre las que destacan formaciones en diversidad e inclusión, manejo de redes sociales, podcasting, producción radiofónica en estudios y directo, grabación, edición digital, trabajo en equipo, uso de redes, competencias periodísticas, alfabetización mediática, y la deontología de los medios.

3. NEAR MEDIA CO-OP Y LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA.

La Alfabetización Mediática se define como:

1. la capacidad de acceder información (en audio, video, texto...),
2. analizar esa información,
3. evaluar los posibles efectos de esa información y
4. el acceso a los recursos para crear contenidos mediáticos.

Partiendo de esa definición, podemos entender que los Medios Comunitarios son en sí mismos una expresión de Alfabetización Mediática. En el caso de NEAR FM, fue la reflexión de un grupo de ciudadanos, que no se veían representados en los contenidos de los medios públicos (en los ochenta, en Irlanda, no existían medios comerciales con licencia), y decidieron comenzar a crear contenidos de forma alegal.



Hoy en día, Near FM continua con ese trabajo a nivel de producción de contenidos, pero también, y cada vez más, en el área de formación, y a nivel organizativo. A nivel de producción de contenidos, se intenta promover una imagen de la comunidad geográfica del Noroeste de Dublín más justa, ya que, en los medios públicos y comerciales, esta zona de Dublín solamente aparece asociada con criminalidad y conductas antisociales, ignorando aspectos positivos de un área con un alto volumen de voluntariado, trabajo comunitario, iniciativas sociales, etc.

Así mismo, en la producción de contenidos tanto en Near FM como en Near TV, nos esforzamos en una representación justa y respetuosa de todas las minorías (definiendo minorías en el aspecto más amplio: aquellos sectores sociales discriminados, como son los jóvenes, mayores, mujeres, migrantes, reclamantes de asilo político, minorías étnicas y religiosas, personas que viven con discapacidades, y el colectivo LGTBQI+). Estos son elementos comunes en las radios comunitarias, tal y como refleja la Carta Europea de las Radios Comunitarias.

4. LA EVOLUCIÓN EN LA FORMACIÓN

Si en un principio (y esta es una opinión personal), Near FM se centró inicialmente en las áreas técnicas para la creación de contenidos en sus formaciones, para principios de este siglo, Near Media Co-op ya había incluido la alfabetización mediática como una de las sesiones de la formación de inducción que es parte de los requerimientos para poder emitir en la radio.

Con el paso del tiempo, y definitivamente con la influencia y el apoyo de otras radios comunitarias en Europa, la relevancia e importancia de la alfabetización mediática en NEAR Media Co-op ha evolucionado para convertirse en un elemento transversal en nuestro trabajo.

>> ELEMPLS

Como parte del trabajo de Near FM en la creación de recursos de alfabetización Mediática, os quiero presentar varios ejemplos, que no reflejan todo el trabajo realizado, pero que os pueden ofrecer una idea de cómo nuestro enfoque se ha desarrollado en el tiempo. En colaboración con CRAOL, la federación de radios comunitarias en la república irlandesa, se desarrolló un curso certificado QQI de nivel 5 sobre análisis de medios en 2012. Con Fon-



dos Europeos se han desarrollado varios proyectos que han desarrollado recursos formativos para creadores de contenido. Estos recursos son gratuitos y copyleft (creative commons).

En el campo de la alfabetización mediática NEAR FM participó en cuatro proyectos europeos:

>> Understanding Media for Active Citizenship, UMAC (2013) y UMAC Toolbox (2015). http://toolbox.understanding-media.eu/About_the_toolbox.html.

El primer Proyecto explora las formaciones de alfabetización mediática de las organizaciones en el proyecto (Radio Robin Hood, Radio Kultura, Radio R, Tilos Radio, Wueste Welle y Near FM). En la segunda parte del proyecto, se crean una serie de actividades que pueden integrarse en las formaciones de las organizaciones. (Toolbox)

>> SMART (2013) y SMART Formadores (2018).

<https://smart.radiotraining.eu/de/>

El primer proyecto homogeneiza el contenido de los cursos de formación de las organizaciones asociadas al proyecto (Radio Corax, Civil Radio, Antxeta Radio, Klipp + Klang), y provee recursos sobre la formación de tres grupos específicos: mujeres migrantes, personas con problemas de visión o ciegas, y personas con dificultades de aprendizajes. El segundo proyecto crea un curso para la formación de personas formadoras, al que también se incorporan CMFE, AMARC Europe, las dos redes europeas de radios comunitarias.

>> Respect Words (2016). <https://www.respectwords.org/es/inicio/>

Organizaciones asociadas: EMA-RTV, Radio Dreyekland, Radio Student, IPI, ERT, Civil Radio, Radio Popolare, Near FM.

Crea un consejo consultativo con organizaciones locales y se crean recomendaciones que se amalgaman en una europea para la creación de contenidos que representen de manera justa a las minorías étnicas y religiosos, y los movimientos migratorios en Europa. Se crea un mapa de proyectos de mejores prácticas en los países del proyecto y una campaña radiofónica.

>> Ethical Media for Active Citizenship, EMAC (2018).

<https://ethicalmediatraining.eu/>. Organizaciones asociadas: Radio Corax y



Wueste Welle, EMA-RTV, AMARC Europe, COMMIT y Near FM.

Creo un recurso con cuatro módulos con un foco en igualdad y alfabetización mediática, tratando temas como el uso del lenguaje y una terminología respetuosa (incluye glosario y recomendaciones); Alternativas a la creación de contenidos, analizando la selección de fuentes y personas entrevistadas y como los sesgos interiorizados determinan el contenido que producimos para nuestros medios); entendiendo el concepto de privilegio y como este puede determinar el contenido y el enfoque del mensaje radiofónico; y el cuarto modulo provee de recursos para la verificación de informaciones y la identificación de desinformaciones.

>> Learning Ethical Media Online, LEMON (2021).

<https://inclusivemediatraining.eu/>.

Es un recurso de e-learning que adapta algunas actividades de EMAC a una plataforma online de aprendizaje interactivo, en las que las personas que lo deseen podrán hacer un curso de tres módulos cuyo fin es el crear conciencia de la interiorización de los mensajes que recibimos desde nuestro entorno familiar, social, mediático, pueden determinar como interpretamos algunas situaciones e informaciones, como nos vemos a nosotros mismos y a las personas que nos rodean, y sugerencias para aquellos que deseen cambiar estas percepciones. Esta herramienta se habrá finalizado para junio del 2023.



Referencias

>> Ethical Media for Active Citizenship (EMAC). <https://ethicalmediatraining.eu/>
Learning Ethical Media Online (LEMON) En desarrollo <https://inclusivemediatraining.eu/>

>> Respect Words. <https://www.respectwords.org/es/inicio/> SMART: <https://smart.radiotraining.eu/es/>

>> Understanding Media for Active Citizenship (UMAC) y UMAC Toolbox. http://toolbox.understanding-media.eu/About_the_toolbox.html.



CAPÍTULO XV

RADIO, TV E NOVAS TECNOLOXÍAS COMO RECURSO PARA A RENOVACIÓN DA PRÁCTICA ESCOLAR

Asociación Cultural e Pedagóxica Ponte Nas Ondas(PNO!)

1. INTRODUCCIÓN

No momento da celebración deste I Congreso Internacional de Alfabetización Mediática unha delegación de PNO! viaxaba, convocada pola UNESCO, a Rabat, á 17a reunión do Comité Intergubernamental para a Salvagarda do Patrimonio Cultural Inmaterial. A asociación, xa desde sete anos antes a primeira ONG galega consultora do patrimonio inmaterial (e unha das poucas a nivel estatal), confirmou a inscrición do seu “modelo” no Rexistro da UNESCO de Boas Prácticas co Patrimonio Cultural Inmaterial.

Argumentou a UNESCO, en prol deste recoñecemento, que PNO! é un éxito á hora de implicar a mocidade na práctica e transmisión das súas propias tradicións grazas á difusión do patrimonio cultural nas escolas, na formación do profesorado e na vontade de conseguir a presenza dos portadores e practicantes nas aulas “para compartiren os seus coñecementos e experiencias”. Fixeron beizón tamén os expertos da UNESCO dun enfoque do proxecto que “fomenta o diálogo e o intercambio entre as comunidades e favorece a paz e a cooperación entre sociedades de diferentes países”. E, entre outros, destacaron no seu informe a metodoloxía participativa da iniciativa, subliñando que “como experiencia transfronteiriza, o modelo PNO! pode reproducirse para reforzar o diálogo entre xeracións e a transmisión do patrimonio cultural inmaterial a través das fronteiras”).

2. QUE É PNO! ?

É unha Asociación Cultural e Pedagóxica que, desde 1995, realiza actividades educativas e culturais en Galicia e no Norte de Portugal. A efectos formais, a asociación ten unha dobre identidade xurídica, é dicir, está oficialmente constituída tanto en Portugal como en Galicia. Entre os fins da asociación están a promoción de actividades culturais e pedagóxicas, pero é obxectivo



fundamental a promoción da identidade común dos dous pobos dentro dunha perspectiva xeral de integración europea e do mundo lusófono. A estas finalidades engadíuselle no ano 2002 o compromiso de traballar na recuperación e difusión do Patrimonio Cultural común a galegos e portugueses.

Grazas á cooperación entre escolas de primaria e secundaria, ao longo de case tres décadas realizáronse diversas actividades desde os centros educativos das dúas marxes do río Miño, construíndo unha ponte de comunicación que atravesa a fronteira de dous territorios, descubriendo un patrimonio común compartido pola antiga Gallaecia. Hoxe en día, PNO! une educación, comunicación, novas tecnoloxías e patrimonio cultural na maioría das súas actividades.

3. COMO NACE?

En orixe naceu para unha actividade moi concreta: un día de radio que uniu escolas veciñas de ambas as dúas marxes do río Miño para celebrar dende as escolas o feito histórico que supuxo para a bisbarra a inauguración dunha ponte física entre as localidades de Salvaterra de Miño (Galicia) e Monção (Portugal). Nese momento, un grupo de 16 escolas decidiron establecer unha ponte de comunicación a través das ondas de radio. Aquel ano usáronse os estudos de Ecos da Raia de Monção (Portugal) e outro provisional situado na Casa da Cultura en Salvaterra de Miño (España). Os protagonistas da experiencia viviron con moita emoción aquela primeira xornada experimental de radio transfronteiriza e o éxito obtido asegurou a súa continuidade.

Dese xeito, a iniciativa educativa Ponte...nas ondas! comezaba cunha xornada que se iniciou coa emisión de 12 horas de programación radiofónica realizadas integramente por alumnas e alumnos galegos e portugueses. Xa desde o ano 2003 chegou ás 24 horas de emisión con programas producidos por máis de 50 centros educativos. Estudantes de primaria, secundaria e, desde a IX edición, tamén da Universidade, emitiron programas de radio en directo. Nas últimas edicións alcanzaron a emisión a través de televisión e Internet, ademais de presentar formatos moi diversos: concursos, variedades, música, entrevistas, conexións en directo entre diferentes estudos, etc.

Aínda que o galego e o portugués son as linguas comúns da emisión, coa participación de centros de Arxentina, Cuba, Chile e Colombia, o castelán

tamén se incorporou á experiencia. Durante a xornada de comunicación os nenos e nenas de todos os países participantes seguen a programación e participan activamente nela. As actividades involucran agora a centros educativos de todos os niveis, desde o ensino básico até as universidades.

4. QUE METODOLOXÍA DE TRABALLO USA?

A metodoloxía depende de cada unha das iniciativas, que foron moi variadas ao longo destes case trinta anos. En orixe, durante anos, a actividade radiofónica principal centrábase nunha xornada multimedia a celebrar na primavera, no último trimestre do curso, que era o final dun traballo moi rico e diverso durante semanas nas escolas. Téñense realizado xornadas con programación en ata sete estudos de radio situados nos dous lados da fronteira galego-portuguesa, e a radio brincou tamén en moitas ocasións fóra do estudio, viaxando a auditorios, museos e locais sociais e culturais e á rede de emisoras municipais galegas. Tamén puntualmente interesáronse polo proxecto e houbo pequenas colaboracións con magazines da radio ou a tv convencional, como a Radio Galega ou de emisoras estatais, con xente como Iñaki Gabilondo, Gemma Nierga ou Julia Otero a nivel estatal, ou Diamantino José ou Fátima Araujo en Portugal. Con Iñaki Pena desde o programa Trébede de Radio 3 fixéronse varios programas especiais, e tamén con Xurxo Souto e o seu moi lembrado Aberto por reformas na Radio Galega.

Máis aló das escolas, tamén no ámbito do patrimonio, hai unha colaboración con antropólogos galegos e portugueses, que lle prestan asesoría á asociación e colaboran con traballos de investigación e documentación. E neste traxecto de tres décadas, PNO! conta tamén co cariño e a colaboración de artistas e escritores galegos, portugueses, brasileiros e doutros países da lusofonía: foron colaboradores músicos como Margareth Menezes, Uxía, João Afonso, Dulce Pontes, Filipa Pais, Milladoiro, Chico César ou Daniela Mercury, e escritores como José Saramago, Suso de Toro ou Agustín Fernández Paz.

5. OUTRAS INICIATIVAS DE PNO!

Coa entrada en vigor da Convención do Patrimonio Cultural Inmaterial, o traballo de PNO! continúa centrado na preservación, difusión e transmisión deste patrimonio común, para o que organiza diversas actividades: Mostras de Patrimonio, Concursos escolares de recollida do patrimonio oral, Congresos,



Xornadas pedagóxicas, encontros con persoas portadoras, etc. Ao longo destas tres décadas, PNO! foi construíndo unha rede de persoas, escolas, universidades e institucións que buscan o recoñecemento do patrimonio inmaterial galego-portugués no mundo. E ao longo dos anos, a actividade de Ponte... nas ondas! foise despregando noutras actividades máis aló desa xornada central. A máis transcendente pola súa dimensión foi a promoción da candidatura do patrimonio inmaterial galego-portugués, a primeira promovida por centros educativos de dous países e presentada na UNESCO en 2004 co aval dos dous Estados, Portugal e España.

Durante o curso 2006/2007 celebrouse a primeira Edición do “Certame de Recollida da Tradición Oral”. Esta primeira convocatoria foi unha das consecuencias directas do proceso da candidatura do Patrimonio Inmaterial Galego-Portugués ante a UNESCO, e quedou enmarcada tamén no programa da que foi a Primeira Semana da Literatura de Tradición Oral, que se desenvolveu en novembro de 2006. O obxectivo do concurso era a colaboración dos centros educativos de Galicia e Portugal na preservación do patrimonio inmaterial galego-portugués, así como a difusión, promoción e transmisión de expresións vivas da tradición galego-portuguesa. A finalidade última: buscar o achegamento do alumnado ás manifestacións culturais inmateriais presentes no seu contorno.

En anos posteriores, e froito do traballo de alumnado e docentes a través destes certames, conformouse un Arquivo virtual do patrimonio inmaterial galego-portugués, de libre consulta na rede, que reúne centos de horas de audio, vídeo, imaxes e textos sobre diversas expresións ou formas da tradición oral tanto en prosa (mitos, lendas, contos, relatos orais, trabalinguas, adiviñas, etc) como en verso (romances, historias, cantares de cegos, coplas, oracións, recitados, refráns, etc). O arquivo reúne información de temas tales como os xogos tradicionais, as vivencias persoais de acontecementos históricos, os oficios tradicionais, a emigración, a represión e as ditaduras, o contrabando na fronteira, etc. cunha importante mostra de traballos que acollen mostras representativas do patrimonio común galego-portugués.

En 2011, a UNESCO proclamou o 13 de febreiro como “Día Mundial da Radio” conmemorando o día no que as Nacións Unidas crearon a “Radio das Nacións Unidas” no ano 1946. Dende entón, a conmemoración deste evento vén gañando importancia no calendario anual de actividades da asociación.



Obradoiros de narración oral nos centros, obradoiros de radio ou encontros escolares de xogos tradicionais galego-portugueses son algúns outros eventos exemplo da vizosa actividade que desenvolve Ponte...nas ondas!

6. INNOVACIÓN E RADIOVISUAL

PNO! tivo sempre como un dos seus obxectivos primordiais a difusión da Radio Escolar porque considera que é unha ferramenta sinxela, barata e de doada implantación nos centros escolares, ao mesmo tempo que unha potente ferramenta didáctica con múltiples aplicacións e infinitas posibilidades na vida diaria das escolas. A chegada dos modernos medios de comunicación, Internet, redes sociais así como a aparición de adiantos tecnolóxicos, gravadoras e reprodutoras de son dixitais, teléfonos móbiles, ordenadores, tabletas, non restaron nada da potencialidade do medio radio senón que aínda lle engadiron máis posibilidades e fixeron máis doado, se cabe, a súa utilización.

Coa radio como ferramenta central, PNO! realiza obradoiros de iniciación á radio escolar polos centros educativos de Galicia e do Norte de Portugal, fornecendo de formación a milleiros de nenos e nenas na creación e realización de podcasts para a súa inserción nunha plataforma dixital de difusión que poden ser as radios educativas de cada centro onde se desenvolva. PNO! tamén segue co seu programa de formación específico para profesorado sobre a creación de podcasts e a posta en marcha de radios dixitais. Ademais, a asociación presta axuda aos centros educativos no proceso de creación das súas emisoras escolares.





Ao longo do tempo foise innovando e aproveitando o xeito no que a tecnoloxía ía evolucionando: por exemplo, a xeito de anécdota pioneira: en 1997 fíxose a primeira retransmisión por internet (A empresa galega ENSINET, de Marín, propiedade do enxeñeiro e profesor José María López Gómez desprazou a Salvaterra de Miño un servidor Windows NT con conexión RDSI, a través da cal se retransmitiu á rede por streaming todo o contido da xornada radiofónica. En 1998 mesmo botou unha man a compañía Telefónica para unha nova emisión por Internet ampliando o largo de banda.

Na VIII edición, en 2002, estableceuse comunicación a través dunha videoconferencia entre o estudo de radio escolar instalado na Casa da Cultura de Salvaterra de Miño, o Colégio Arco Iris de Maputo (Mozambique) e o maior colexio público de Río de Janeiro, o Colégio Pedro II. Pero ademais, chegouse a realizar a emisión en directo desde sete estudos de radio: seis profesionais (de emisoras municipais) e o escolar establecido na Casa da Cultura en Salvaterra de Miño.

A emisión do sinal de televisión por Internet realizada por UVIGO-TV (a televisión da Universidade de Vigo) fixo que a experiencia dese un salto cara a un enfoque multimedia onde o audiovisual adquire xa todo o protagonismo. Isto permitiu que a través da Web houbera unha participación e un seguimento maior nos centros educativos para asistir á emisión en directo dos eventos, que pode ser contemplados como un programa audiovisual. Ademais, afondouse na interactividade: durante o día das emisións poden recibirse mensaxes desde todo o mundo de persoas que están a seguir a emisión a través de Internet. O correo electrónico, os foros ou os chats foron ferramentas experimentadas inicialmente para intercambiar mensaxes sobre os programas en emisión. Durante o Día Mundial da Radio de 2017, incorporouse o uso do Whatsapp, coa chegada en tempo real de mensaxes desde os teléfonos móbiles, mensaxes de voz, que foron incorporadas ao evento. Nesta unión de radio e audiovisual, PNO! acuñou para estas iniciativas o termo “radiovisual”.

E con PNO! está pasando tamén outra cousa moi fermosa e é que con case trinta anos de historia, estamos vendo que nenas e nenos que pasaron como alumnos por actividades ao longo desa xa vizosa historia son hoxe profesionais en diversas áreas que colaboran xa como adultos co proxecto. Por exemplo, en 2022 e no proxecto “A radio do patrimonio”, un dos dous locutores adultos que conduciron cos cativos cada un dos programas, foi Xosé Manuel Diego,

un licenciado en Comunicación que apenas unha década antes sorprendía coa súa soltura diante de cámaras e microfónos nalgunha das actividades de PNO! Nun deses eventos interveu tamén a cantante Andrea Pousa, que hai case vinte anos era unha nena que sorprendía polo seu talento nunha das pezas cantadas do primeiro disco Meniños Cantores, un proxecto de PNO! do ano 2004. E outro colaborador do proxecto foi Xurxo Antúnez “O Terrible”, que de ser un rapaz tamén involucrado nas actividades de PNO! hoxe acode ás actividades como músico de referencia e herdeiro dunha tradición musical de xeracións.

Esta posta en valor da tradición herdada é exemplo tamén doutros proxectos máis recentes, como “Meniños Cantores 2: Cantamos nós!”, unha viaxe por centros educativos de concellos limítrofes galegos e portugueses para dar a coñecer o patrimonio común. E é tamén un valor central da iniciativa “Imaxes do Patrimonio”, con xa cinco edicións na altura de 2022, e onde o alumnado pode reflexionar sobre a recuperación e transmisión do patrimonio cultural inmaterial galego-portugués a través da fotografía e ver como no seu propio contorno familiar, nais, pais, avós e avoas se revelan como verdadeiros tesouros vivos.

E son precisamente os “tesouros humanos vivos” eixo doutras iniciativas de PNO! A atención e a posta en valor cun enfoque pedagóxico de persoas con singulares historias de vida ou que posúen determinados coñecementos e que difunden a súa experiencia a través da interacción, a entrevista e o diálogo cos demais. Persoas que nos axudan a entender, desde a escola, a raíz do que somos, de onde vivimos e cara a onde camiñamos.

E podemos concluír que Ponte...nas ondas! é xa un modelo para o mundo!

Referencias

- >> Cores do Atlántico. Páxina Web www.coresdoatlantico.eu Meninos Cantores. Páxina Web www.meninoscantores.com Na Ponte. Páxina Web. www.naponte.com
- >> O Patrimonio. Páxina Web. www.opatrimonio.org
- >> Ponte Nas Ondas. Páxina Web. www.pontenasondas.org



CAPÍTULO XVI

A FUME DE CAROZO, O PROGRAMA DE RADIO DO EQUIPO DE DINAMIZACIÓN DA LINGUA GALEGA DO COLEXIO CALASANZ A CORUÑA

Roberto Catoira Viñán

Colegio Calasanz de A Coruña

A Fume de Carozo é po programa de radio promovido polo equipo de dinamización da lingua galega do Colexio Calasanz de A Coruña. O programa comezou a emitirse o 5 de maio de 2009. Inicialmente tivemos un período de proba naquel mes de maio, tradicionalmente asociado á lingua galega, pola celebración do Día das Letras Galegas. Foron só catro episodios, pero e experimento saíu ben, como xa todos supoñíamos. Despois do verán, en outubro, xa comezamos as emisións regulares, todos os martes lectivos, ás 17.00 horas, no CUAC FM 103.4 da Coruña. Só tivemos o parón da pandemia (algo máis de dous anos), e no momento de realizar este congreso levamos emitidos uns 300 episodios, cunhas 70.000 descargas no podcast da emisora.

O obxectivo principal que perseguíamos ao poñer o programa en marcha era mellorar a oralidade do galego entre a xente nova da Coruña (non só do





noso colexio, aínda que comezaríamos por aí, obviamente). O de facer radio era daquela (e segue sendo) unha temática frecuente en encontros e congresos de normalización lingüística, xa que a oralidade é o último chanzo e máis difícil de subir para normalizar o uso dun idioma. Pero había que ter en conta a dificultade técnica e económica da montaxe dunha emisora no propio centro. Pero, ao ser presidente da Agrupación Cultural Alexandre Bóveda e ser convidado a programas, re-descubrín (porque xa oíra falar antes) casualmente o funcionamento de CUAC FM, e pareceunos a opción idónea.

Ata agora pasaron unhas 1.300 persoas polo noso programa, principalmente alumnado. A maioría son das diferentes etapas e niveis do noso centro (temos alumnado dende 3 a 18 anos). Pero tamén pasaron outros centros concertados da cidade, como Salesianos, Santa María do Mar ou Calasancias. Tamén viñeron outros centros públicos da cidade, como Otero Pedrayo, Sardiñeira ou Aspronaga. E incluso viñeron centros públicos ou concertados doutras zonas, como Coristanco ou Vilagarcía.

En canto á metodoloxía de produción, eu coordino ao alumnado da materia optativa de TICs que eu imparto, que elaboran os guións, seleccionan a música galega que poñemos no programa (normalmente moi descoñecida para eles, gran vehículo normalizador da lingua), fan de axudantes técnicos na emisión en directo, etc. Tamén se contacta co profesorado de Galego, doutras materias e dos diferentes departamentos do colexio (Acción Social, Pastoral, Orientación) para crear un proxecto multidisciplinar.

A motivación do alumnado chega a través da nota en Galego, TICs e se cadra, outras materias (principalmente en Bacharelato), pero a experiencia tamén lles marca e diverte moito, sobre todo en Primaria. A motivación apenas é necesaria, por ser unha actividade novidosa e moi atractiva (xa levamos 13 anos pero segue tendo moito tirón entre o alumnado). Unha das maiores dificultades é a elaboración dos guións, pero o alumnado cada vez ten máis competencias neste aspecto, e o noso catálogo de guións xa elaborados (que poden reaproveitarse en certa medida) xa é moi amplo. E o outro gran problema é a coordinación de axendas co profesorado e alumnado implicado.

Como resultados da experiencia, temos un altísimo nivel de satisfacción, é unha experiencia inesquecible. Pero a conclusión máis amarga é que non renunca ninguén cando remata a etapa escolar. Ningún ex-alumno volveu para

facer programa de forma regular en CUAC FM, polo menos que a min me conste. Ten falta de atractivo da radio fóra do entorno escolar? Resulta moi divertido ir á radio cando estamos na época escolar pero despois xa non enganhamos a ninguén? Que estamos facendo mal?

Como aprendizaxes adquiridos destes 13 anos de experiencia, non podemos esquecer as fantásticas experiencias con alumnado con Necesidades Educativas Especiais ou Necesidades Educativas de Apoio Específico, como autismo, síndrome de Down, Adaptacións Curriculares Individualizadas... Algúns alumnos de Primaria non dormen a noite anterior pola tensión. E algún alumno dá o paso de comezar a falar en galego, e iso é todo un logro, o que se buscaba.7-12. URL: 1-6. URL:

Referencias

- >> A Fume de Carozo. Web e podcasts tempadas <https://cuacfm.org/radioco/programmes/a-fume-de-carozo>
- >> A Fume de Carozo. Podcasts tempadas <http://www.blogoteca.com/afdcblog/>
- >> CUAC FM. Web. URL: <https://cuacfm.org/>



CAPÍTULO XVII

LA CIENCIA ES FEMENINO, UN PROGRAMA DE RADIO PARA ROMPER INERCIAS INFORMATIVAS SOBRE CIENCIA CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Ariana Fernández Palomo*Universidad de Santiago de Compostela*

Los medios de comunicación de masas, radio, prensa y cine siguen siendo un referente para las clases dirigentes, a pesar de la crisis de credibilidad que atraviesan y que está repercutiendo en una continua pérdida de audiencia, en beneficio de las redes sociales. Esa capacidad que tienen los medios para impactar en la opinión pública les obliga a ser más cuidadosos con su forma de dar las informaciones:

“Los medios de comunicación constituyen un elemento clave en la creación, modificación y refuerzo de la opinión pública. El proceso de selección de los asuntos que se convierten en noticia -teoría del establecimiento de la agenda o agenda setting- y el punto de vista desde el que se enfoca su tratamiento -teoría de los marcos referenciales o framing-, motivan y condicionan a las audiencias. Omitir la referencia a una persona, natural o jurídica, individual o colectiva, en la comunicación periodística, produce su invisibilidad pública, su ocultación y, en definitiva, una carencia absoluta de notoriedad y de relevancia social” (Aladro et al., 2019).

La iniciativa de emitir un programa de divulgación científica con perspectiva de género como “La Ciencia es femenino” ha contribuido y contribuye a promover la igualdad de género en las ciencias al destacar los logros y contribuciones de las investigadoras gallegas. El programa, tres años después de su primera emisión, ha servido para crear conciencia sobre la necesidad de una mayor diversidad de género en las ciencias al proporcionar a las científicas una plataforma para compartir sus investigaciones y experiencias, además de convertirse en un referente internacional del trabajo de las gallegas en la diáspora. Cada programa está guionizado para conocer el trabajo y la trayectoria de varias científicas y esto ayuda a inspirar a la próxima generación de científicas. Además, el programa desafía las nociones preconcebidas sobre los roles

de género en las ciencias y demuestra, cada domingo, que las mujeres son tan exitosas como los hombres en las ciencias, aunque están invisibilizadas por los medios de comunicación más influyentes.

El programa de radio “La Ciencia es femenino”, emitido en Cuac FM, la emisora comunitaria de A Coruña, se ha convertido en un laboratorio de investigación para la tesis: “La huella borrada: Análisis de la escasa presencia de mujeres científicas en La Voz de Galicia”. Cada quince días, en domingos alternos, desde el 4 de mayo de 2019, se han entrevistado a distintas científicas gallegas para conocer, de primera mano, su trayectoria profesional. A pesar de los esfuerzos del programa “La Ciencia es femenino”, todavía hay una falta de visibilidad de las científicas en Galicia, lo que lleva a una falta de reconocimiento, proyección, influencia y respeto por su trabajo.

En la investigación se evalúa, también, si la falta de presencia de las mujeres científicas se corresponde con su tarea investigadora y es proporcional a los méritos profesionales obtenidos o si, por el contrario, no se les da el crédito que merecen por su trabajo y descubrimientos. Una vez evaluada esta hipótesis, ha sido interesante comprobar que no se les da el mismo reconocimiento y respeto que a sus homólogos masculinos. Se les dedica menos espacio, menos titulares y se les consulta menos a la hora de buscar expertos para comentar un tema de actualidad dentro del campo en el que existen tantas o más expertas que expertos, como es el caso de las ciencias de la salud.



La ciencia es femenino
Asociación

La Radio

Los domingos de 12 a 14h emitimos un programa de radio, cada 15 días y durante dos horas, donde entrevistamos a científicas que trabajan en Galicia a la vez que ponemos en valor la historia de las referentes en la ciencia que cambiaron el mundo.

2 formatos de programa
21 Programas realizados en 2022
62 programas desde 04/05/2019

CUAC FM 103.5

Fuente: Eva Castro Outeriño



Al obtener estos resultados, la siguiente cuestión era resolver las razones por las que ocurre, ya que, si los medios no reflejan la realidad científica, están construyendo un canon artificial. Es obvio que cuando las mujeres científicas no salen en los medios como referentes en los campos en los que son expertas produce una falta de motivación en las propias protagonistas, que ven su esfuerzo ignorado y ninguneado, y dejan de servir como inspiración para las futuras generaciones de mujeres científicas.

Los medios de comunicación deberían tener un criterio menos sesgado a la hora de informar sobre ciencia y reflejar la pluralidad de las investigaciones. Detectamos que para conseguir acceder al trabajo de muchas de las investigaciones de las mujeres sólo podíamos hacerlo manteniendo una entrevista personal con las protagonistas, porque era bastante habitual que no aparecieran en los medios. El trabajo de la radio se convirtió en una forma de generar información valiosa para reconocer y promover su trabajo. Al comenzar esta investigación detectamos que, sencillamente, no se estaban recogiendo la mayoría de las investigaciones en la prensa diaria; este es el verdadero germen de la iniciativa del programa “La Ciencia es Femenino”, dar visibilidad al trabajo de las científicas al entrevistarlas y resaltar sus logros.

No hemos encontrado mejor forma de crear contenido de valor que los programas de radio y estos han permitido que las científicas sean escuchadas y valoradas. Como no podemos cambiar las decisiones de las empresas de comunicación en dar una presencia de científicas de cerca del 20% frente al 80% de sus homólogos masculinos, hemos generado, con los podcasts de cada programa de radio, multitud de seguidores y comentarios en redes sociales, especialmente en el twitter @cienciaytu que se ha convertido en un nexo fuerte para toda la comunidad de científicas gallegas. Los podcasts permiten que queden, para la posteridad, documentos sonoros de gran interés científico y humano. El programa La Ciencia es femenino está destinado a ofrecer y guardar información para el gran público, y es un referente sobre la importancia de reconocer y respetar el trabajo de las científicas, para que las futuras generaciones de mujeres científicas puedan inspirarse y motivarse.

Estos programas han sido emitidos en la emisora comunitaria Cuac FM y se ha podido oír, en directo, en el dial de la FM 103.4. También se puede escuchar en todo el mundo a través de Internet y por medio de la app de Cuac FM.

En esta “orla” aparecen todas las científicas que han sido protagonistas de nuestros programas.



La ciencia es femenino Asociación

Programa 6x5 - 6ª Temporada
"LA CIENCIA CONSTRUYE" 



Rosa M. Crujeiras Casals
Directora Científica do
CITMaga. Centro de
Investigación e Tecnoloxía
Matemática



Patricia Muñiz Núñez
Arquitecta socia del Estudio MMASA
y Profesora en la Universidad de A
Coruña



Blanca Laffon Lage
Doctora en Farmacia. Catedrática
de Psicobiología en la UDC.
Experta en toxicología Genética y
Salud Ambiental y Ocupacional.

Programa 6x5
Domingo 13 de noviembre
12:00h a 14:00h

 **OSCAR PÉREZ @OSCAR4**

 info@lacienciaesfemenino.com 

Fuente: Eva Castro Outeriño

Esta gran comunidad de investigadoras ha promovido la creación de una asociación con el fin de dar visibilidad a las científicas gallegas en el mundo y a todas aquellas mujeres que, aun no siendo gallegas, hacen ciencia en Galicia. Cada programa, a los que se puede acceder desde este enlace: <https://cuacfm.org/radioco/programmes/la-ciencia-es-femenino/> y se anuncia con un cartel en el que figuran las protagonistas y una temática transversal.



Referencias

- >> Aladro Vico, Eva y Padilla Castillo, Graciela y Requeijo Rey, Paula y Semova, Dimitrina Jivkova y García Agustín, Julia y García Nieto, María Teresa y Viñarás Abad, >> Mónica (2014) La presencia y representación de la mujer científica en la prensa española. Revista Latina de Comunicación Social, 69, 176-194.
- >> La Ciencia es Femenino. Cuac FM. Podcast. <https://cuacfm.org/radioco/programmes/la-ciencia-es-femenino/>



CAPÍTULO XVIII

**RADIO SÉNIOR, EL PROGRAMA DE RADIO
DE LA UNIVERSIDADE SÉNIOR DE A CORUÑA**

Manuel Méndez López**Julio César Carballada Arias***Universidade da Coruña*

Radio Sénior es un proyecto de alfabetización mediática de la Universidad Senior de la Universidad de A Coruña. Nuestro programa es un magacín hecho en CUAC FM, por ocho personas sénior y para los sénior. Se emite, desde el 4 de mayo de 2017, con frecuencia quincenal, los jueves a las 13:00 h y con una hora de duración.

En nuestro programa tenemos como objetivo que nuestra comunicación sea lo más natural posible, cercana a nuestro entorno, accesible para todos. Y algo que nos une es la pasión por hacer radio, por comunicar, por ser útiles. Hacemos un magacín donde empezamos siempre con nuestra agenda senior con todas las noticias de nuestra Universidad Sénior. En todos nuestros programas entrevistamos al menos a una persona destacada en nuestra sociedad dentro de la cultura, el arte, la empresa, dando prioridad a los intereses locales con entrevistas de actualidad. Un aspecto destacado en nuestros programas es el desarrollo sostenible.

Formamos un grupo heterogéneo, sin ideologías como grupo (ni políticas ni religiosas). Hemos aprendido a trabajar en equipo. Dentro de nuestras posibilidades nos gusta pensar que somos un equipo de alto rendimiento. Durante el transcurso de nuestra vida, cada uno de nosotros hemos ido adquiriendo distintas habilidades que ahora utilizamos para complementarnos.

Los componentes de Radio Sénior hacemos el programa de forma autónoma, con la supervisión de nuestra coordinadora Teresa Piñeiro. Nosotros seleccionamos los contenidos que nos interesan, elegimos a los invitados para entrevistar, grabamos audios que no puedan ir en directo, editamos nosotros estos audios. Dirigimos y locutamos el programa. En nuestro grupo disponemos de técnicos que nos hace autónomos también en este punto.



Somos universitarios de la Universidad Sénior de la Universidad de A Co-ruña, toda nuestra actividad alrededor de a UDC Senior tiene como objetivo seguir aprendiendo, en este aspecto somos insaciables. Seguimos aprendiendo en Radio Senior y hemos convertido nuestros errores en una nueva fuente de aprendizaje. No nos reprochamos los fallos, los consideramos como error de grupo y aprendemos de ellos.

Estamos en la séptima temporada, en noviembre de 2022 hemos realizado nuestro programa número 100, para nosotros un objetivo más alcanzado. Hemos vivido unos años de pandemia confinados en nuestras casas durante varios meses. Pero con la ayuda de los compañeros de Tecnología de CUAC FM, que han sabido aportar las modificaciones tecnológicas necesarias, hemos podido seguir haciendo el programa. Nuestra voluntad de seguir es tan fuerte que ni la pandemia nos ha parado.

Somos un grupo de personas jubiladas, todos mayores de 60 años que ya hemos superado nuestra etapa laboral y que nos negamos a la inactividad. Hacer un programa de radio nos obliga a tener una ferviente actividad mental, a potenciar nuestra creatividad, a fomentar el trabajo en equipo, a aprender cada día algo nuevo, a relacionarnos con nuestros invitados.

Aceptamos que envejecemos, pero lo queremos hacer activamente. Y la UDC Sénior con Radio Sénior pone a nuestra disposición los medios para conseguirlo, nos ofrece una magnífica oportunidad que no estamos dispuestos a dejar pasar.

Con nuestro programa, dentro de una radio comunitaria, tenemos voz y damos voz a personas que necesitan comunicarse que tienen algo que decir y que difícilmente tendría cabida en una radio comercial. La mayoría de nuestros invitados son personas más o menos relevantes de nuestro ámbito local, pero también estamos muy orgullosos de entrevistar a personajes muy



destacados de la cultura y otros ámbitos a nivel nacional. Y con ellos seguimos alcanzando nuestro principal objetivo: aprender.

Somos perfectamente conscientes, de que Radio Sénior es un programa de radio sin un objetivo económico y no tendría cabida en las radios comerciales. Sin las radios comunitarias. Sin la emisora CUAC FM. Sin la UDC. Radio Sénior no sería posible.

Queremos dejar para el final una última reflexión. En nuestra época de juventud y adolescencia es fácil hacer amigos, cambiar de amigos. Avanzamos en nuestra vida, creamos una familia, llegan los hijos que junto con el trabajo nos ocupan plenamente y no nos dejan tiempo para los amigos, poco a poco y muchas veces sin ser conscientes nos vamos distanciando de ellos.

La falta de tiempo hace muy difícil hacer nuevos amigos. Pero se van creando nuevos grupos entre los padres de los compañeros de nuestros hijos. Los niños se hacen mayores y otra vez se pierde la relación establecida con esos padres.

Avanzando en nuestra edad necesitamos más que nunca socializar. Es aquí donde la Universidad Sénior y en concreto la radio y nuestra pasión por la radio nos trae nuevas amistades, distintas, también es cierto, pero muy satisfactorias y muy útiles en la fase de la vida en la que nos encontramos.

AGRADECIMIENTOS

No queremos dejar pasar la oportunidad de agradecer a todas las personas de la UDC Senior (Matilde García, Francisco Añón, Teresa Piñeiro e Isabel Lema, entre otros) que han hecho posible que exista este proyecto de radio y que siga adelante.

Referencias

>> CUAC FM. Web. URL: <https://cuacfm.org/>

>> Radio Sénior. Podcast. URL: <https://cuacfm.org/radioco/programmes/radiosenior/>

>> Radio Sénior. Blog. URL: <https://radioseniorblog.wordpress.com/> Universidad Sénior de A Coruña (UDC). <https://www.udc.es/senior/>

Esta publicación consiste en una selección de trabajos en el campo de la alfabetización mediática presentados en el “I Congreso Internacional de Alfabetización Mediática y Medios de Comunicación: Experiencias, Potencialidades y Desafíos para los Medios Libres y Comunitarios”. Dicho congreso, celebrado en A Coruña del 24 al 26 de noviembre de 2022, fue auspiciado por CUAC FM, la emisora comunitaria de A Coruña, con la colaboración del Concello da Coruña y la Universidade da Coruña.

Este libro está compuesto por dieciocho artículos que presentan trabajos científicos y experiencias prácticas en el campo de la educomunicación y la alfabetización mediática, y que han empleado los medios de comunicación comunitarios, alternativos o educativos como una herramienta para el empoderamiento mediático y ciudadano. Se abordan cuestiones relevantes en la experiencia diaria de la comunicación mediada como el empleo de la radio, la televisión, las redes sociales o las plataformas de audio o vídeo bajo demanda.

La primera parte del libro recoge siete trabajos que, desde el abordaje multidisciplinar de las ciencias sociales, plantean nuevas perspectivas en el marco del estudio del papel de los medios de comunicación alternativos como herramientas de educación, formación mediática y empoderamiento comunitario, y nos permiten reflexionar sobre las potencialidades y desafíos que los medios comunitarios tienen por delante en el campo de la alfabetización mediática.

Las secciones dos y tres presentan un elenco de experiencias educativas y buenas prácticas comunicativas promovidas por el tercer sector social y comunitario. Son experiencias desarrolladas en contextos diversos, en Europa y Latinoamérica, que nos permiten conocer nuevas metodologías para desarrollar, con diferentes sectores de la sociedad, proyectos e intervenciones empleando los medios de comunicación como una herramienta eficaz para la mejora y transformación de la sociedad.

Este libro está dirigido, por tanto, a personas expertas en el campo de la educomunicación, pero también a activistas, investigadores, docentes y personas interesadas en el campo de la educación, la comunicación participativa, la alfabetización social, la democratización mediática y la cultura libre.

Isabel Lema Blanco (editora). Doctora en educación por la Universidade da Coruña, especialista en comunicación social y alfabetización mediática. Investigadora postdoctoral en el Grupo de Investigación Persona-Ambiente de la UDC. Socia fundadora de la Red de Investigadores en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP). Radioactivista en CUAC FM.



9 788409 146958 1

SUBVENCIONA



Ayuntamiento de A Coruña
Concello da Coruña

