



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

Educación en valores y normas: innovación docente y transferencia de conocimiento en cuestiones de equidad y derecho



Coords.

Caterina Cucinotta

Cecilio Molina Hernández

Blanca Sáenz de Santa María Gómez-Mampaso

Dykinson, S.L.

PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN EL TERCER SECTOR DE LA COMUNICACIÓN: APLICACIÓN DEL APRENDIZAJE SERVICIO AL ÁMBITO DE LA COOPERACIÓN AL DESARROLLO

JOSE CANDÓN-MENA
Universidad de Sevilla

SALOMÉ SOLA-MORALES
Universidad de Sevilla

1. INTRODUCCIÓN

Las organizaciones y medios del Tercer Sector (ONG y ONGD, asociaciones, fundaciones, medios de comunicación comunitarios, etc.) presentan, en general, algunas carencias comunicativas y tecnológicas. Varios autores han remarcado los límites de la comunicación de las ONG por ser meramente instrumental y muy orientada a la captación de fondos (Balas, 2011; Bernabé, 2001), con una escasa proyección educativa (Erro y Ventura, 2002). Sin embargo, la comunicación es una herramienta fundamental para el Tercer Sector (Ferguson, 2017) que algunos autores consideran la razón de ser de las ONG (Vernis y Mendiluce, 1998).

En relación con la comunicación digital, varios autores destacan la potencialidad de las redes sociales para las ONG (Campbell y Lambright, 2019; Deschamps y McNutt, 2014). No obstante, la mayoría coinciden en que este potencial se ve limitado por una serie de carencias y problemas. Por ejemplo, se ha reducido el alcance de las redes digitales a procesos de movilización puntuales, se ha indicado que en muchas ocasiones su uso es meramente instrumental o informativo (Arroyo y Baños, 2013: 351) o se ha destacado la necesidad de un trabajo profesional previo en la comunicación de las entidades (Uribe, Rialp y Llonch, 2013).

La escasez de recursos materiales y humanos adecuados (Lema, Rodríguez y Barranquero, 2016: 97), de una estrategia comunicativa planificada (Tian et al., 2019) o de una apuesta clara por la comunicación desde la entidad (Arroyo, Baladrón y Martín, 2013: 85) limitarían el potencial comunicativo de las ONG (Pope et al., 2009). Otra cuestión esencial es que esta comunicación digital sea interactiva (Soria, 2011) y que, en última instancia, favorezca la participación ciudadana.

Respecto a los medios del Tercer Sector de la Comunicación (TSC), diversos organismos internacionales el Parlamento Europeo (2008) y el Consejo de Europa (2009), la ONU, UNESCO o la FAO, han destacado el papel estratégico de los medios comunitarios como facilitadores de procesos de diálogo cultural, inclusión social o cohesión comunitaria. Según el Parlamento Europeo (2008) constituyen una vía muy efectiva para reforzar la participación ciudadana “permitiendo a los miembros desfavorecidos de una comunidad convertirse en participantes activos en sociedad” (Lewis, 2008). Los medios del TSC son especialmente sensibles a la integración de minorías o a la participación de grupos vulnerables y existe una amplia literatura sobre su papel como herramienta para la inclusión de personas sin hogar (Lema-Blanco, 2018), población reclusa (Contreras et al., 2015), para el empoderamiento y rehabilitación de personas que sufren trastornos mentales (Fernández & Leal, 2015) o en ámbitos como el de la comunicación para la paz y la resolución de conflictos (Rodríguez, 2015), destacándose la apertura del sector a la participación de la ciudadanía y su promoción de los derechos humanos o valores ciudadanos y democráticos (Meda, 2012).

Pese a su importancia, diversos estudios señalan las carencias y necesidades del TSC popularizando el llamado mito de las “3p” que podría resumirse con las tres palabras clave “pocos, pequeños y pobres”, tradicionalmente asociadas a los medios comunitarios, idea que hoy es ampliamente cuestionada (Barranquero y Meda, 2015). No obstante, la sostenibilidad de los medios del TSC es un reto pendiente. Varios estudios (Gumucio 2005; Kaplún, 2019; Fisher, 2019; UNESCO, 2019) coinciden en señalar la importancia de dimensiones como la relación de los medios con su entorno, por ejemplo, las ONG, comunidades o instituciones universitarias, así como la interseccionalidad y la igualdad de

género, o la apropiación comunicativa y tecnológica, para garantizar la sostenibilidad de los medios a largo plazo así como el cumplimiento de sus fines sociales.

Por otra parte, las mujeres en general y también las estudiantes universitarias se enfrentan a distintas formas de discriminación por razón de género, entre otras, mayores dificultades para el acceso al mercado laboral. En el caso de la Universidad de Sevilla, los últimos datos del Informe del Laboratorio Ocupacional de dicha Universidad publicado en 2020, y que analizan el Curso 2017-2018, muestran una clara diferencia entre la empleabilidad de las alumnas y los alumnos egresados, presentando las mujeres una mayor tasa de paro y una considerable brecha salarial. Así, en cuanto a las tasas de empleo y paro, la tasa de empleo de los hombres egresados de la Universidad hispalense alcanza el 66,09%, mientras que la de las mujeres se queda en el 57,75%, nada menos que un 8,34% menor. Por su parte, la tasa de paro es casi 6 puntos mayor entre las alumnas egresadas, alcanzando el 20,62%, frente al 14,62% de desempleo masculino. A esta situación hay que añadir que el porcentaje de egresados y egresadas con empleo que tiene un contrato indefinido es solo del 47,03%, siendo además el 10,53% de dichos contratos a tiempo parcial.

Por otra parte, cabe subrayar la persistencia de la brecha salarial. Si ya en general la mayoría de los egresados, el 65,90%, se sitúan en intervalos salariales por debajo de los 1.500€ netos mensuales, la situación de las mujeres es aún peor. Así los hombres ocupan en mayor medida los intervalos salariales superiores a 1.500€, mientras que el 14,15% de las egresadas cobran menos de 600€ y un 18,20% entre 600 y 1000€, es decir que el 32,35% de las egresadas de la Universidad de Sevilla no llega a mileurista, mientras los hombres en dicha situación son el 21,41%, casi 11 puntos menos.

Para completar el panorama, la rama de conocimiento Ciencias Sociales y Jurídicas, en la que se inscriben los estudios de Comunicación, es la segunda con mayor índice de paro entre el alumnado egresado (23,99%), y es también el área de conocimiento que presenta menores porcentajes de egresados en los tres intervalos más altos de sueldo (entre 1.500 y

más de 2.500€), con solo un 18,90% de graduados entre los mejor pagados, mientras que el 43,4% no llega ni siquiera a mileurista.

Partiendo del diagnóstico de ambas situaciones, las carencias comunicativas y tecnológicas del Tercer Sector y las dificultades para el desarrollo profesional de las estudiantes de Comunicación de la Universidad de Sevilla, se presentó en la pasada convocatoria el proyecto de Cooperación al Desarrollo “Fortalecimiento del Tercer Sector andaluz en comunicación, TIC e innovación social mediante el aprendizaje-servicio de mujeres universitarias”, que fue financiado por la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AACID). Avalado por 38 de entidades del Tercer Sector (TS) y del Tercer Sector de la Comunicación (TSC), además de instituciones y redes universitarias, se trata de un proyecto que aplica la metodología del Aprendizaje de Servicio al ámbito de la Cooperación al Desarrollo.

Los objetivos del proyecto son reforzar el empoderamiento tecnológico de 30 alumnas universitarias y fortalecer el Tercer Sector andaluz en Comunicación, TIC e Innovación social utilizando la metodología didáctica del Aprendizaje-Servicio. La apropiación tecnológica y la participación e inclusión de las mujeres en el TS y el TSC continúa siendo inferior a la de los hombres motivo por el cual este proyecto trata de garantizar la igualdad de género e incentivar y fomentar la participación de mujeres reforzando sus habilidades comunicativas y tecnológicas. Y, además, generar una transferencia del conocimiento a la sociedad dado que ellas podrán reforzar aspectos comunicativos y tecnológicos, y de la proyección pública y la capacidad de intervención social de las instituciones. El diseño metodológico del proyecto incluye la organización de nueve seminarios de capacitación transversales para las estudiantes beneficiarias y la puesta en práctica de los saberes adquiridos mediante el compromiso de que las alumnas sean becadas durante tres meses para la realización de prácticas curriculares en entidades andaluzas del TS y medios del TSC. Además, se incorporan actividades innovadoras como un hackathon (que se trata de un encuentro de desarrollo colaborativo de software libre y de intercambio de conocimientos) con el objeto de diseñar desarrollos o aplicaciones que puedan repercutir positivamente en varios aspectos tales como: a) la vida de las mujeres; y b) las necesidades

de las organizaciones y c) las de la población destinataria. En definitiva, que tengan un marcado carácter social y finalmente se celebrarán unas jornadas de networking “Amadrina a una ONG”, entre otras actividades de divulgación.

Por ello, se trata de un proyecto que promueve la cooperación, la inclusión, la formación, la innovación docente y la transferencia del conocimiento favoreciendo el diálogo entre Universidad y Tercer Sector utilizando el Aprendizaje Servicio como metodología didáctica.

2. OBJETIVOS

El proyecto presentado tiene como objetivo general fomentar la participación de mujeres universitarias en el Tercer Sector (TS) y el Tercer Sector de la Comunicación (TSC), así como reforzar sus competencias comunicativas y de apropiación de las TIC.

Particularmente, se propone de forma transversal garantizar la igualdad de género mediante la participación de las mujeres en el TS y TSC. El objetivo específico del proyecto es fomentar la participación y desarrollo profesional de las universitarias en el TS y TSC y transferir conocimiento a dichas entidades, con la finalidad de potenciar sus capacidades comunicativas y tecnológicas y reforzar su proyección pública y su capacidad de intervención social.

Estos objetivos se encuentran por su parte alineados al marco general de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030. En particular el proyecto responde al objetivo 4 “Educación de calidad” y la meta 4.4. que pretende el “Aumento de las competencias para acceder al empleo”. En cuanto al objetivo número 5, la “Igualdad de Género”, el proyecto trata de alcanzar la meta número 5.5. para “Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública”, y más específicamente la meta 5.b que busca “Mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres”. Finalmente, respecto al Objetivo número 16 de los ODS, “Paz, justicia e instituciones sólidas”, el proyecto persigue la meta 16.10 que

se plantea “Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales”.

En resumen, es un proyecto que pretende, por una parte, reforzar el empoderamiento comunicativo y tecnológico de las estudiantes, como medio para aumentar su participación en las organizaciones y medios del Tercer Sector y, por ende, su implicación social para afrontar los retos eco-sociales del presente, y en particular la desigualdad de género que ellas mismas padecen. Este empoderamiento comunicativo y tecnológica se plantea además como vía para aumentar sus posibilidades de inserción en el mercado laboral, en particular en las propias organizaciones y medios del Tercer Sector. Por otra parte, el proyecto busca fortalecer, mediante la implicación de las estudiantes y la aplicación de los conocimientos adquiridos, la apropiación comunicativa y tecnológica de las entidades y medios del Tercer Sector andaluz, contribuyendo con ello a aumentar su visibilidad, mejorar su desempeño y en último término contribuir a reforzar su labor social.

3. METODOLOGÍA

La metodología didáctica del Aprendizaje-Servicio (ApS) “combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad” de forma que el alumnado aprende de forma práctica en colaboración con su entorno “con la finalidad de mejorarlo” (Puig, Batlle, Bosch y Palos, 2007:20). De esta forma, dicha metodología favorece tanto el aprendizaje como el servicio para atender necesidades sociales, a la vez que desarrolla “competencias sociales y cívicas, y el ejercicio activo de la ciudadanía” (Martínez et al., 2018:11).

Se ha destacado que esta metodología es muy positiva en la didáctica y aprendizaje de los estudios de comunicación (Candón-Mena, 2019 y 2021). Esto se debe a que se convierte en un servicio útil para todo tipo de entidades del Tercer Sector, que muchas veces no tienen departamento específico o profesional dedicado a estas tareas. De manera que gracias a ella se pueden suplir carencias comunicativas y fomentar la inclusión de estudiantado novel en actividades formativas. Además, se

trata de una metodología que resulta particularmente estratégica y puede adaptarse a distintas áreas de estudio tales como el periodismo, la publicidad o la comunicación audiovisual. Al mismo tiempo permite adaptarse a tareas más simples tales como la creación de contenidos o proyectos (por ejemplo, carteles, folletos, etc.) o tareas más complejas como la elaboración de un plan de comunicación, una memoria o una producción audiovisual.

El Aprendizaje-Servicio conjuga por tanto aprendizaje, compromiso y cambio, una herramienta de educación para la ciudadanía (Bolívar, 2007; Puig, et. al., 2011) que conecta a la Universidad con su comunidad creando no solo conocimiento profesional o riqueza material, sino también una ciudadanía crítica, concienciada y solidaria. El ApS está por tanto doblemente vinculado a los fines didácticos y sociales. Debe por tanto mantener un equilibrio entre ambos, tratándose de un modelo que tiene tanto un alto nivel de aprendizaje como de servicio y es, por tanto, una actividad coherente y bien articulada (Puig y Palos, 2006), lo que diferencia de otras actividades como el voluntariado (servicio sin aprendizaje), el trabajo de campo (aprendizaje sin servicio) o las acciones solidarias puntuales (con bajo nivel tanto de servicio como de aprendizaje) (ICI, 2013: 5). El trabajo práctico que realizarían los grupos de alumnas beneficiarias favorece la realización de habilidades como la cooperación (Azorín, 2018) expresadas en forma de diálogo, empatía, asertividad o negociación en busca del consenso (Picazo, Zornoza y Peiró, 2009), pero también tiene utilidad didáctica ya que permite a los estudiantes acercarse a la realidad profesional del trabajo cooperativo y coordinado entre distintos perfiles profesionales en empresas comunicativas y organizaciones sociales.

Esta metodología ha sido ampliamente experimentada en proyectos precedentes, en el marco de la Red de Educación, Comunicación y Cooperación de la Universidad de Sevilla (RECCUS) (Candón-Mena, 2019). Dicha experiencia, que se pretende replicar y ampliar, contempla los nueve elementos clave que Anna Escofet (2019, p. 29-30) señala que debe contener un proyecto de ApS: (1) Debe responder a necesidades sociales; (2) Fomentar el partenariado, a través de una intensa colaboración entre las entidades y la Universidad; (3) Aprendizaje académico, de

forma que el servicio debe ir precedido y seguido por momentos de intensa actividad de aprendizaje; (4) Enmarcado por la reflexión, otorgando, en línea con los modelos de aprendizaje experiencial o de aprendizaje transformativo, gran importancia al proceso de reflexión y programando momentos y ejercicios en los que el estudiante considera su experiencia y toma conciencia personal y crítica del sentido de lo que se ha realizado; (5) Servicio a la comunidad, que debe ser socialmente útil fomentando una experiencia rica, no asistencialista, ni sustitutiva de puestos de trabajo profesionales, sino tutelada por entidades de marcado e inequívoco carácter social; (6) Académicamente exigente y equivalente en esfuerzo y dedicación a cualquier otra actividad docente, conllevando en su caso un reconocimiento para la calificación adecuado; (7) Participación y trabajo en grupo; (8) Evaluado, tanto en su proceso como en sus resultados; y (9) Consolidado, buscando su estabilidad y formalización más allá de la realización de acciones puntuales.

4. DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES DEL PROYECTO

El desarrollo del proyecto comprende cinco Fases, cada una de las cuales incluye diversas actividades complementarias. En una primera fase se seleccionan las alumnas beneficiarias y se realiza un diagnóstico de sus necesidades formativas para identificar las competencias clave y elaborar un catálogo de la oferta formativa del proyecto, que se plantea de forma transversal y complementaria a la obtenida en la universidad. La segunda fase se orienta al desarrollo de las capacidades de las alumnas beneficiarias, mediante el diseño del plan formativo y la celebración de Seminarios de capacitación transversal para la Formación de Formadoras. En la tercera fase, de Investigación-Acción Participativa (IAP), son las mujeres beneficiarias en primera instancia quienes analizan los problemas comunicativos detectados en las organizaciones y promueven soluciones mediante acuerdos de compromiso para atender a las necesidades comunicativas de las entidades (Amadrina a una ONG). La cuarta fase es la de transferencia de conocimientos a las entidades participantes, en la que las alumnas previamente formadas atienden a las necesidades formativas del personal y socios de las entidades, generando un efecto multiplicador mediante Cascadas de Formación, y ofrecen

servicios comunicativos a las entidades mediante la metodología del Aprendizaje-Servicio. La última fase, se centra en la difusión del proyecto y sus resultados. Aunque la difusión del proyecto comprenda todo el periodo de ejecución, en esta fase se editarán y publicarán los materiales didácticos surgidos del mismo (manuales, guías, etc.), se editará y difundirá un vídeo del proyecto y se celebrará un seminario final de reflexión colectiva y presentación de la experiencia y sus resultados.

El proyecto se orienta pues a la metodología del Aprendizaje de Servicio y favorece la creación de una cascada de formación con las mujeres como protagonistas. Una vez adquiridas y experimentadas las competencias, las universitarias podrán transferir sus conocimientos a la sociedad fortaleciendo no solo las capacidades de las organizaciones y la formación de su personal sino también la participación ciudadana y la búsqueda de la defensa de los derechos, el desarrollo y la igualdad.

Para ello se han organizado nueve seminarios de capacitación transversales para la formación de formadoras, sumando en total 144 horas de formación especializada para las alumnas beneficiarias. Incidiendo en el empoderamiento de las alumnas beneficiarias y en su capacitación comunicativa y tecnológica, los seminarios previstos abarcan temas como: “Metodologías participativas en comunicación, innovación social y género”, “Gestión emocional y coeducación”, “Formulación de Proyectos con Enfoque de Marco Lógico (EML): críticas y alternativas”, “Cultura digital, gestión de servidores y diseño de páginas web”, “Redes Sociales: usos disruptivos para el activismo y alternativas libres a las redes comerciales”, “Ciberseguridad y autodefensa digital”, “Grabación y edición de vídeo y podcast”, “Fuentes de datos, *killer-facts*, análisis, interpretación y disgregación de datos por género y visualización de datos e infografías” y “Economía y emprendimiento social: marketing social, *fundraising* y *crowdfunding*”.

Posteriormente, 30 universitarias serán becadas por una duración de tres meses con cargo al presupuesto del proyecto con el fin de poder realizar prácticas curriculares en entidades andaluzas del Tercer Sector y medios del Tercer Sector de la Comunicación. Estas prácticas les permitirán, a posteriori, transferir los aprendizajes recibidos y continuar trabajando en

dichas entidades mediante la posible extensión del periodo de prácticas o la formalización de una relación contractual.

Entre las actividades planteadas se encuentra un *hackathon*, es decir, un encuentro de desarrollo colaborativo de software libre y de conocimiento. Esta propuesta tiene como reto el diseño de desarrollos o aplicaciones que repercutan positivamente en la calidad de vida de las mujeres, en las necesidades de las organizaciones, de la población destinataria o que tenga un marcado carácter social. El evento, que tendrá una duración de 24 horas ininterrumpidas, consiste en el trabajo por equipos multidisciplinares para el desarrollo de prototipos o aplicaciones, propuestas prácticas e innovadoras a través del trabajo en equipo, la empatía, la validación de ideas por prototipos y propuestas visuales y comunicativas de las iniciativas. Las estudiantes podrán participar en solitario o en equipo multidisciplinares, mientras que propuestas de retos estarán formuladas por las organizaciones del TS y TSC. La actividad se desarrollará de forma similar a las que realiza “Hack For Good” (<https://hackforgood.net>), que se trata de una actividad interuniversitaria que ocurre de forma simultánea en varias ciudades, en la que hackers “For Good” de todo el estado español ponen en marcha soluciones tecnológicas innovadoras que pueden dar respuesta a más de un centenar de retos sociales planteados por ONG, Fundaciones, instituciones, universidades, etc. Siempre en miras del bien común.

También se celebrará la jornada de networking “Amadrina a una ONG”, consistente en un encuentro entre las alumnas beneficiarias y las entidades participantes para toma de contacto y la asignación de alumnas (individual o en grupos reducidos) a las organizaciones del TS y TSC elegidas por ellas mismas, a las que amadrinarán en el proceso de formación y potenciación de sus capacidades comunicativas.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A la luz de los resultados expuestos se puede concluir que la metodología de aprendizaje servicio aplicada al ámbito de la cooperación al desarrollo es muy ventajosa y positiva dado que permite favorecer la democracia gracias al fomento de la participación ciudadana, el respeto a la

diversidad y la igualdad de género, y la defensa de los derechos humanos. Por su búsqueda del bien común y su foco en la comunicación para la paz, la resolución de conflictos y la lucha contra la exclusión social la realización de este tipo de servicios es esencial en la formación universitaria.

Además, en el actual entorno hipermediático, donde la comunicación digital es tan relevante, es particularmente necesario incorporar propuestas prácticas que favorezcan el aprendizaje y apropiación de competencias tecnológicas entre el alumnado universitario. Uno de los aspectos más innovadores de esta propuesta es su focalización en las estudiantes universitarias dado que busca luchar contra la brecha de género y la infrarrepresentación de las mujeres en los ámbitos tecnológicos y actividades vinculadas con el tercer sector de la comunicación, así como erradicar su más baja tasa de empleabilidad. En este sentido, es sobradamente conocida la menor presencia de mujeres en los sectores vinculados con la tecnología por lo que la realización de actividades atractivas que resulten además de formativas, innovadoras y motivadoras para las estudiantes es muy importante para fomentar la igualdad en su empleabilidad.

En definitiva, este proyecto defiende y reivindica el empoderamiento de las mujeres a través de su formación en materia tecnológica y de su inclusión en el mercado laboral y en el tercer sector de la comunicación.

6. AGRADECIMIENTOS/APOYOS

El proyecto agradece a las entidades que mostraron su apoyo a la presentación de la propuesta y a colaborar en las actividades previstas. Entre ellas redes académicas como la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP) o de docencia especializadas en Aprendizaje-Servicio como la Red de Educación, Comunicación y Cooperación de la Universidad de Sevilla (RECCUS). Distintas ONG y ONGD con experiencia en proyectos de Cooperación al Desarrollo y Educación para el Desarrollo como la Asociación Coglobal, la Fundación CIDEAL de Cooperación e Investigación, la Fundación Educación y Cooperación (EDUCO), Movimiento por la Acción

y el Desarrollo de África-MAD África, Proclade Bética, la Fundación Entreculturas, la Comisión Española de Ayuda al Refugiado (CEAR), Médicos Sin Fronteras España (MSF-E), la Asociación Claver SJM, la Fundación Iniciativa Social, la Asociación de Investigación y Especialización sobre Temas Iberoamericanos (AIETI), SODEPAZ Andalucía, Movimiento Contra la Intolerancia, Ecologistas en Acción, Acción En Red Andalucía, WIRICO, Tiritas Creativas, Asociación Peniel de Rehabilitación y Formación Social (APERFOSA) o la asociación Avanti Andalucía S.XXI. También de asociaciones específicas de mujeres como la Federación de Asociaciones de Mujeres Gitanas FAKALI, y de mujeres universitarias en particular como la Asociación de Mujeres Gitanas y Universitarias AMURADI.

Cabe señalar el apoyo y compromiso de ONG y ONGD especializadas en innovación y soluciones tecnológicas como ONGAWA Ingeniería para el Desarrollo Humano o la Asociación Ingeniería Sin Fronteras, en comunicación solidaria como el Centro de Iniciativas para la Cooperación Batá CIC BATA o en comunicación educativa como el Colectivo de Educación para la Participación (CRAC) y Comunicabes.

Respecto a los medios del TSC, agradecer compromiso de participación de la principal red española y andaluza de medios de comunicación del tercer sector, la Red de Medios Comunitarios (ReMC) y la Asociación de Emisoras Municipales y Comunitarias de Radio y TV de Andalucía (EMA-RTV), así como de otros medios del TSC como la Plataforma de Comunicación Comunitaria Onda Color y la Asociación Cultural Taller Comunicación Radio Endanza (Radiopolis). Finalmente reconocer los apoyos de organizaciones de municipios enfocadas a la cooperación como el Fondo Andaluz de Municipios para la Solidaridad Internacional (FAMSI) o la Fundación Municipalistas por la Solidaridad y el Fortalecimiento Institucional (MUSOL), así como federaciones y asociaciones vecinales como la Federación Provincial de Asociaciones de Vecinos de Sevilla (FPAAVV), la Federación Local de Entidades Vecinales de Sevilla (FEVES) o asociaciones de vecinos y vecinas concretas como la AAVV El Triángulo, así como asociaciones de consumidores como la Asociación de Consumidores y Usuarios en Acción (FACUA).

7. REFERENCIAS

- Arroyo, I. y Baños, M. (2013). Tendencias de la comunicación del tercer sector en la web 2.0: Análisis retórico de los tropos. *Icono 14*, 11(2), 331-356. <https://doi.org/10.7195/ri14.v11i2.556>
- Arroyo, I.; Baladrón, A. J. y Martín, R. (2013). La comunicación en redes sociales: percepciones y usos de las ONG españolas. *Cuadernos.info*, 32, 77-88.
- Azorín Abellán, C.M. (2018), “El método de aprendizaje cooperativo y su aplicación en las aulas”, *Perfiles Educativos*, vol. 40, núm. 161, pp. 181-194.
- Balas, M. (2011). *La gestión de la comunicación en el Tercer Sector*. Madrid: ESIC.
- Barranquero, A. & Meda, M. (2015). Los medios comunitarios y alternativos en el ciclo de protestas ciudadanas desde el 15M. *Athenea Digital*, 15(1), 139-170. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.1385>
- Bernabé, J. (2001). Las áreas de comunicación de las ONGD y el trabajo periodístico. *Revista Española de Desarrollo y Cooperación*, 7, 127-145.
- Bolívar, A. (2007), *Educación para la ciudadanía*, Barcelona, Graó.
- Campbell, D. & Lambright, K. (2019). Are You Out There? Internet Presence of Nonprofit Human Service Organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 48(6), 1296-1311. <https://doi.org/10.1177/0899764019852673>
- Candón-Mena, J. (2019). Publicidad social y solidaria a través de la metodología didáctica del aprendizaje de servicio. En: I. Arroyo-Almaraz, M. P. Vicente-Fernández y S. Calle-Mendoza (coords.), *Las herramientas digitales en la comunicación social* (pp. 19-36). Fragua.
- Candón-Mena, J. (2021). Aprendizaje-servicio aplicado a los estudios de comunicación. *RIDAS. Revista Iberoamericana de Aprendizaje Servicio*, 11, 93-103. <https://doi.org/10.1344/RIDAS2021.11.6>
- Contreras-Pulido, P., Martín-Pena, D., & Aguaded, I. (2015). Derribando el autoestigma: Medios de comunicación en prisiones como aliados de la inclusión social. *Cuadernos.info*, (36), 15-26. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.36.708>
- Council of Europe (2009). *Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue*. Strasbourg: Council of Europe.
- Deschamps, R. & McNutt, K. (2014). Third sector and social media. *Canadian Journal of Nonprofit and Social Economy Research*, 5(2), 29-46.

- Erro, J. y Ventura, J. (2002). *El trabajo comunicativo de las ONGD en el País Vasco*. Barcelona: Ariel.
- Escofet, A. (2019), *La metodología del aprendizaje-servicio como respuesta a los retos de la sociedad desde las aulas universitarias*. Presentación en Jornada de Formación "Aprendizaje-Servicio en el ámbito universitario" celebrada el 3 de abril en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla.
- Ferguson, D. P. (2017). Nongovernmental organization communication. In R. L. Heath & W. Johansen (Eds.), *International encyclopedia of strategic communication* (pp. 1-13). Hoboken, NJ: Wiley Blackwell.
- Fernández Sande, M. y Leal Leal, C.M. (2015) *La radio como instrumento de rehabilitación y recuperación en trastorno mental severo y crónico: experiencias en la Comunidad de Madrid*. In *Radio, sound and Internet. Proceedings of Net Station International Conference*. CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Universidade do Minho, Braga (Portugal), pp. 99-110.
- Fisher, P. (2019). *By any means: Paths to sustainability for Argentina's community radio stations*. *Journal of Alternative and Community Media*, Vol. 4, Nº 4, pp. 80-92.
- Gumucio, A. (2005). *Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios*. *Punto Cero*, Vol. 10, Nº 10, pp. 6-19.
- ICI (2013). *Guía básica de Aprendizaje y Servicio*. Leganés: Proyecto de Intervención Comunitaria Intercultural.
- Kaplún, G. (coord.) (2019). *¿Vivir o sobrevivir? Sostenibilidad de las alternativas mediáticas en Uruguay*. Montevideo: Altermedia y Friedrich Ebert Stiftung.
- 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 (coords.) *Educación Social e Escola. Análise da última década (2006-2016)*. Ourense: CEESG/NEG. 693-708.
- Lema, I.; Rodríguez, E. y Barranquero, A. (2016). *Jóvenes y tercer sector de medios en España: Formación en comunicación y cambios social*. *Comunicar*, 24(48), 91-99. <https://doi.org/10.3916/C48-2016-09>
- Lewis, P. (2008). *Finding and funding Voices: The London experience*. *Information, Society and Justice*, Vol. 2.1, pp. 5-20. <https://doi.org/10.3734/isj.2008.2102>
- Martínez, V.; Melero, N.; Ibáñez, E. y Sánchez, M.C. (eds.) (2018), *El Aprendizaje-Servicio en la Universidad. Una metodología docente y de investigación al servicio de la justicia social y el desarrollo sostenible*, Salamanca, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

- Meda, M. (2012). Del arte de cambiar todo para que todo siga igual. El Tercer Sector de la Comunicación y la Ley General Audiovisual en España. *Commons Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 1(1), 58-84. <https://rodin.uca.es/handle/10498/22623>
- Parlamento Europeo (2008). Resolución del Parlamento Europeo de 25 de septiembre de 2008, sobre los medios del tercer sector de la comunicación, 2008/2011(INI).
- Pope, J. A.; Sterrett, E. & Asamoah, F. (2009). Developing a Marketing Strategy for Nonprofit Organizations: An Exploratory Study. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 21(2), 184-201. <https://doi.org/10.1080/10495140802529532>
- Picazo, C.; Zornoza, A. y Peiró, J.M. (2009), “Los procesos de participación social y participación orientada a la tarea y el aprendizaje como antecedentes de la cohesión grupal. Una perspectiva longitudinal”, *Psicothema*, vol. 21, núm. 2, pp. 274-279.
- Puig, J.M.; Batlle, R.; Bosch, C. y Palos, J. (2007), *Aprendizaje servicio. Educar para la ciudadanía*, Barcelona, Octaedro.
- Puig, J. M.; Gijón, M.; Martín, X.; Rubio, L. (2011), “Aprendizaje-servicio y Educación para la Ciudadanía”, *Revista de educación*, núm. extra 1: Educación, valores y democracia, pp. 45-67.
- ReMC (2018). Mejora levemente el estado de salud del sector de los medios comunitarios. REMC.
- Rodriguez, C. (2015). Community media as performers of peace (pp. 289-302). En J. Hoffmann y V. Hawkins (eds.), *Communication and peace: Mapping an emerging field*. London: Routledge.
- Soria, M. (2011). La interacción de los públicos en las ONG 2.0: El estado actual de la comunicación social. *Revista internacional de relaciones públicas*, 1(2), 175-195. <https://doi.org/10.5783/RIRP-2-2011-10-175-195>
- Tian, F.; Labban, A.; Shearer, R. & Gai, Q. (2019). The Impact of Social Media Activity on Nonprofit Donations in China. *Voluntas*, 32(2), 1-10. <https://doi.org/10.1007/s11266-019-00168-7>
- UNESCO (2017). *Community Media Sustainability: UNESCO’s Policy Series targeting broadcasting regulators*. UNESCO.
- Uribe, F.; Rialp, J. y J Llonch, J. (2013). El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. *Cuadernos de Administración*, 26(47), 205-231.
- Vernis, A. y Mendiluce, J. (1998). *La gestión de las organizaciones no lucrativas*. Bilbao: Deusto.