

COMUNICACIÓN COMUNITARIA

Karina Mendoza-Ramírez
Karina.mendoza@ute.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3631-2068>
Universidad UTE-Quito-Ecuador

Recibido (06/01/20), Aceptado (23/01/20)

Resumen: La comunicación comunitaria surge en los años 40 cuando se dan los primeros indicios de comunicación para la enseñanza de los pueblos, para la alfabetización y para el sentir de las comunidades en los medios de difusión social. En este trabajo se realiza un análisis histórico de la comunicación comunitaria y su impacto en las sociedades, para darle la voz a las comunidades, para permitirles expresarse y para enseñarles a transmitir una idea, una problemática, una necesidad del sector o la comunidad. Se analizan diversos estudios para poder enfatizar en las necesidades de la comunicación comunitaria, para descubrir los mecanismos idóneos que hacen exitosa la comunicación de los entes sociales. Finalmente se exponen los resultados mostrando que la comunicación comunitaria es un nuevo paradigma donde se mezclan los principios sociales y las formas de ellas trascender en el tiempo.

Palabras Clave: Comunicación comunitaria, voz comunitaria, participación social, paradigma comunicacional.

COMMUNITY COMMUNICATION

Abstract: Community communication arises in the 40s when the first signs of communication are given for the teaching of peoples, for literacy and for the feeling of communities in the media of social diffusion. In this work a historical analysis of community communication and its impact on societies is carried out, to give the voice to the communities, to allow them to express themselves and to teach them to convey an idea, a problem, a need of the sector or the community. Various studies are analyzed to be able to emphasize the needs of community communication, to discover the ideal mechanisms that make the communication of social entities successful. Finally, the results are shown showing that community communication is a new paradigm where social principles are mixed and their forms transcend time

Keywords: Community communication, community voice, social participation, communication paradigm.

I. INTRODUCCIÓN

La comunicación comunitaria es un eje estratégico para hacer sentir la voz de las comunidades, para integrar la palabra de las sociedades, de los pueblos, de los sectores sociales, de jóvenes, niños, y personas en general. Esta actividad integra además a centros educativos, centros de formación y centros culturales, para ayudarles a construir una comunicación efectiva en torno a sus necesidades, sus realidades, y las demandas que puedan tener.

Es importante tener en cuenta que la comunicación comunitaria no se enfoca únicamente a un sector o localidad, de una nacionalidad o de poblaciones rurales y campesinas. La comunicación comunitaria es una forma de comunicarse, es un nuevo paradigma que se enfoca en los principios, valores humanos y sociales, que le dan forma al convivir, a la integración de las sociedades. Esta comunicación es participativa, y tiene el compromiso de activar las sensibilidades, la conciencia, el pensamiento crítico y productivo, con el fin de lograr el bien común, el equilibrio y la justicia social, que además promueve la generación de conocimientos y la armonía de las comunidades.

Debe entenderse a la comunidad como un complejo homogéneo humano, territorial y social, que además incluye una ciudad, un pueblo, una región o un conjunto de regiones, que se unen por un bien común, un sentimiento focalizado, alianzas y afectos que favorecen al total, que reconocen la diversidad de culturas, de costumbres, de tradiciones y de formas de vida. En cuanto a la palabra comunitario se refiere a la necesidad de integrar juntos, de ayudarse, de colaborar, de saber aceptar las diferencias y de con ellas saber hacer nuevas propuestas colectivas para el bien común, sin límites de fronteras, de naciones, de creencias, sino enfocados en el bien social.

En este trabajo se analizan las estrategias para una efectiva comunicación comunitaria, que se argumenta en la formación, la capacitación, la integración, la actividad continua con la gente, con el fin de crear diálogos, lenguajes, estrategias narrativas, procesos académicos, investigativos, dentro de la ética. Se estudia la historia de la comunicación y su trayectoria en el avance de las sociedades, su participación en el sentido de los pueblos, en la búsqueda del bien común y en las necesidades de una comunicación efectiva entre humanos conscientes y con convivencias horizontales, democráticas, comprometidas con el entorno.

Este trabajo se compone de tres secciones: la primera da pie a la introducción de este trabajo, la segunda explora las fases contextuales de la comunicación comunitaria, la tercera aborda los aspectos y métodos

efectivos de la comunicación comunitaria, y finalmente se exponen las conclusiones.

II. FASES CONTEXTUALES DE LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA

Desde hace algunas décadas en la Latinoamericana, la comunicación ha sufrido transformaciones conceptuales, desde el punto de vista comunitario, ha pasado por una diversidad de conceptos que incluyen comunicación horizontal, comunicación educativa, comunicación ciudadana, comunicación popular, entre otras que categorizan la comunicación comunitaria.

Este tipo de connotaciones se ha dado por las diversas líneas políticas de la región y a ello se han sumado los movimientos sociales, que en general buscan un solo fin, y este radica en la necesidad de ser visibles y obtener reconocimiento. Estos grupos incluyen la política socialista, los grupos feministas, las comunidades campesinas, la prensa sindical, entre otros tantos que se argumentan en la necesidad de difundir sus inquietudes en torno a áreas temáticas.

A todo esto se suman las organizaciones gubernamentales, la sociedad civil, que muchas veces se incorporan al desarrollo social y local, y que se han especializado en los temas comunicacionales para promover la participación ciudadana. Pero además se puede mencionar en este sentido a los sectores académicos y educativos, que pretenden difundir ideas educativas con miras a una educación popular, con un amplio espectro de conocimientos para la divulgación académica en todos los sectores. Pero además se ha utilizado el concepto de comunicación comunitaria las tendencias políticas con fines más publicitarios, con miras a capturar adeptos.

La comunicación comunitaria, y la comunicación en general dieron sus inicios con la radio, pero luego pasó a una etapa más tecnológica y más portable como es el internet. El internet permite una globalización de los aspectos locales y regionales. Las nuevas herramientas tecnológicas han permitido una mayor difusión de los distintos grupos que promueven la información comunitaria, incluyendo los grupos religiosos, iglesias electrónicas y demás grupos eclesiásticos que se enfocan en la comunicación comunitaria para alcanzar sus metas y seguidores.

La comunicación en general presenta varias aristas de interés, algunas se caracterizan por la simplicidad mientras que otras se caracterizan por la complejidad [1]. En todo caso la sociedad moderna involucra la comunicación organizacional en los procesos diarios, que presenta innumerables debates, pero que está presente en la cotidianidad.

Morin [2] sostiene que la simplicidad pretende sepa-

rar lo que está ligado y pretende unificar lo que está disperso. En este sentido es importante focalizar la comunicación, en torno a las cotidianidades y las reflexiones sobre la comunicación en las organizaciones, como una comunicación comunitaria dentro de la misma.

III.MÉTODOS EFECTIVOS DE LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA

La comunicación se centra en las relaciones sociales, que abordan principalmente la enseñanza-aprendizaje y los medios de comunicación [3]. La estrategia de la comunicación surge según sea la necesidad de transmitir una idea, un mensaje, para cambiar una realidad, o atender una situación en determinados espacios de tiempo [4].

Entre las principales estrategias de comunicación es posible mencionar las siguientes:

1.Desarrollo interno de la comunicación: se aplica en la comunicación de los directivos, con la comprensión y la sutíliza que se necesite para mantener la comunicación efectiva en la comunidad.

2.Desarrollo externo de la comunicación: incluye la integración de las comunidades a los sectores sociales, y su participación en las acciones municipales, locales, regionales, con ideas concretas que brinden solución y aportes positivos a la participación de las partes.

3.Tratamiento creativo de los mensajes: esta estrategia busca el fortalecimiento de la comunidad, con ideas bien fundamentadas en la confianza, la captación de nuevos miembros, con promociones y mensajes que destaquen las virtudes de la comunidad.

4.Tratamiento con el público: la comunicación comunitaria debe seguir una idea única y original que se enfoque en la aceptación y el respeto de las comunidades, por tanto los habitantes que la componen deben sentir este compromiso para poder acoplarse a las ideas y situaciones que nazcan de la misma comunicación comunitaria.

5.Las actividades comunicacionales: incluyen las actividades que se utilizan para enriquecer y fortalecer a la comunidad, que bien pueden enfocarse en formación académica como en formación cultural y artística, que contribuya al mejoramiento de las condiciones de la comunidad.

Es importante destacar que las principales características de un medio de comunicación comunitaria son:

- El medio no posee un dueño, sino que es propiedad de una asociación que no tiene fines de lucro.
- Todo el tratamiento de la información y todo el funcionamiento es llevado a cabo por una equipo ciudadano.

•No se toman en cuenta beneficios particulares sino que todo está centrado en el proyecto comunitario en si.

•No existen estructuras jerárquicas, sino que se establecen estructuras horizontales y participativas.

•Se encargan de motivar la equidad social, la democracia, los valores comunitarios y humanos.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos [5] establece que todos los individuos tienen derecho, no nada más a estar informados sino también a poder transmitir la información, la opinión que les concierne, por cualquier medio de divulgación. A pesar de ello en los medios de comunicación tradicionales no siempre se da la oportunidad a los ciudadanos a expresar sus ideas y opiniones, con la misma igualdad que los empleados de la emisora o medio de difusión, sin embargo en los medios comunitarios es posible para los ciudadanos tener una participación activa, siempre que se involucre en el grupo de socios y se comprometa con los estatutos que pueda tener la radio o medio de comunicación comunitaria.

El análisis descrito en este informe sobre los medios de comunicación comunitaria permiten establecer estrategias para la generación de proyectos comunitarios que den pie a nuevas formas de transmisión de la información, a la integración de personas y personajes sociales que se incorporen a las mejoras de los pueblos, de las naciones, y que además sean partícipes de soluciones apropiadas para alcanzar el bien común.

La comunicación comunitaria debe enseñarse desde la formación básica, con el compromiso y respeto de los actores sociales para lograr mejores entornos de comunicación entre las personas que componen las comunidades y regiones. Comprendiendo que no se trata nada más de poblaciones desfavorecidas sino de todas aquellas que deseen aportar mejoras para el conjunto de habitantes que la conforman.

IV.CONCLUSIONES

La comunicación comunitaria tiene un amplio recorrido en la historia de los pueblos, de las regiones, de las comunidades y de los sectores sociales. Y en esta trayectoria ha cambiado paradigmas y se ha focalizado en la formación de ideas e ideales que integren el bienestar de las sociedades.

La comunicación comunitaria es una forma de vida, es una forma de hacer comunicación con el único objetivo de buscar las mejoras comunes de las poblaciones, de las naciones, de los sectores sociales. Por tanto no debe impartirse como un medio de comunicación para los pobres sino como un medio de comunicación para todos los sectores que pretendan aportar soluciones en las diferentes áreas que integran las sociedades.

La comunicación en si es hoy en día una forma integral de todas las áreas del conocimiento, que involucra todos los sectores sociales, que fusiona las profesiones con las necesidades comunicacionales, sean comunitarias o no, para conducir a mejores resultados en el desarrollo de las profesiones en su práctica diaria.

Es preciso que todas las áreas profesionales reconozcan el valor de la comunicación comunitaria y de la comunicación en general en el desarrollo de las buenas prácticas profesionales con los sectores sociales. Esto porque el presente está colmado de situaciones comunicacionales que deben ser atendidas de la mejor manera para lograr cambios sustanciales de calidad que conduzcan a la generación de sociedades más comprometidas consigo misma, con su entorno y con su ambiente.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Universidad UTE por todo el apoyo brindado en el trayecto de mi desempeño profesional, así mismo agradezco a mi amiga Franyelit Suárez por la asesoría y el apoyo en el desarrollo de este trabajo.

REFERENCIAS

- [1]R. Baldissera, «Comunicación organizacional: dimensiones, tensiones e interdependencias,» 2018. [En línea].
- [2]E. Morin, «A noção de sujeito,» *Novos paradigmas, cultura e subjetividade*, pp. 45-58, 1996.
- [3]C. Krohling, «Comunicación Comunitaria y educación para la ciudadanía,» *Signo y Pensamiento*, n° 38, pp. 82-93, 2001.
- [4]D. Guevara, «Estrategia de comunicación para el trabajo comunitario en el poblado la estrella,» Universidad Las Tunas, Amancio, 2010.
- [5]G. Kaplún, «Comunicación Comunitaria,» *Anuario de medios*, vol. 17, n° 48, p. 311, 2007.
- [6]R. Alfaro, «Culturas populares y comunicación participativa; en la ruta de las redefiniciones,» de *Memorias del Foro Internacional*, Bogotá, 1998.
- [7]S. Moretti, «A escola e o desafio da modernidade,» *Revista ESPM*, p. 14, 1999.