

La comunicación como medio de control social comunitario

Enmanuel Domínguez Álvarez¹, Miguel Ángel Chávez², Bárbara Yanetsi Romero Álvarez³, Patricia Dieppa Ventura⁴, Dayleidys Guerrero Hernández⁵ y Lilian Reyna Heredia⁶

Instituto Cubano de Radio y Televisión, San José de Las Lajas, Mayabeque, Cuba

¹enmanuel@telemayabeque.icrt.cu, ²migueange@nauta.cu, ³yane.cmbw@icrt.cu,

⁴patricia.dieppa@telemayabeque.icrt.cu, ⁵dailyvida85@gmail.com y ⁶lreyna.cmbw@icrt.cu

Introducción

La comunicación y el control social comunitario son conceptos que pudieran parecer aislados. Al trabajarlos en estrecho vínculo es posible notar la influencia positiva que pueden ejercer las buenas prácticas comunicativas en la ejecución de un control social más eficaz.

La comunicación se entiende como la posibilidad de participación desde un gran entramado de relaciones donde se intercambiarán vivencias, experiencias y objetivos comunes, para la construcción de sociedades horizontales, con más opciones de vida y libertad (Galindo, 2006). La función de la comunicación se ubica en la intención de compartir o poner en común una situación, con el propósito de generar marcos de referencias similares, entre el emisor y el receptor. La intención de compartir una misma visión o modelo de acción y representación de la realidad, es la finalidad de la comunicación.

Pero la comunicación no solo es ese proceso de intercambio de información entre dos o más personas. La comunicación también está en función del desarrollo social y este se consigue a través del uso sistemático y planificado de aquella a través de intercambios directos, medios audiovisuales y comunicación masiva. Asimismo, dicha comunicación se propone recabar e intercambiar información entre quienes se ocupan de planificar iniciativas de desarrollo, con el fin de lograr un consenso sobre los problemas de este y también valorar las posibles alternativas de soluciones que permitan la movilización de la población en pro de la resolución de problemas. A su vez, el control social pudiera ser entendido como la capacidad de influencia de la sociedad sobre el Estado, Este fenómeno posee un doble carácter; por un lado, perfecciona los mecanismos de control de la sociedad sobre el Estado y, por otro, concibe formas de control de la sociedad

sobre la sociedad misma. Esto colabora o contribuye al equilibrio de las fuerzas e intereses sociales.

El objetivo de esta investigación es sistematizar referentes acerca de la importancia de la comunicación para el control social comunitario. Para el logro de dicho objetivo fueron utilizados métodos teóricos: histórico – lógico, el cual se empleó en función de analizar las situaciones de la investigación a partir de un orden lógico, partiendo de su surgimiento y desarrollo hasta la actualidad. También el análisis – síntesis, que ofreció la posibilidad de que, a partir de un fenómeno general y amplio, se determinen los factores realmente necesarios y relevantes para la investigación de manera particular. Además, se usó, como método empírico, el análisis de documentos.

Medios de Comunicación en América Latina con enfoque comunitario.

El objeto de la comunicación es, también, aportar las modalidades de conexión que se pueden establecer entre los artistas y la publicidad. En este sentido, se deben exponer algunas de las vinculaciones existentes entre éstos y los creativos o publicitarios; explicar los motivos por los que los artistas se convirtieron en publicistas, e incluso muchos de ellos, en directores de su propia agencia de publicidad. Además, mostrar las diversas formas de cómo dejan su huella en los anuncios que realizan, así como demostrar que también han recurrido a la publicidad para crear sus piezas artísticas. He aquí algunas diversas relaciones que se pretenden explicar, ilustrar y dar a conocer mediante la comunicación y que, en ocasiones, logran tener un control comunitario.

En América Latina, los vacíos generados por el Estado para establecer reglas claras en la administración democrática del espectro radioeléctrico han sido ocupados por actores sociales que han puesto en marcha iniciativas de medios populares, alternativos y comunitarios (MPAC), los cuales, apartados de la lógica comercial, han asumido funciones que van desde lo socioeducativo hasta la generación de contenidos informacionales y de entretenimiento. Estas iniciativas han sido posibles por haber priorizado la construcción de lo común –o sea, de colectividades organizadas comúnmente a través de saberes producidos de modo relacional (Hardt y Negri, 2009)– frente a la primacía de lo individual y a la privatización o estatalización de la comunicación mediática.

La alfabetización mediática –entendida como un aprendizaje en y con los medios de comunicación– proporciona a las personas las habilidades y destrezas para la recepción crítica, evaluación y uso de la información en sus vidas. Los medios comunitarios -principalmente radios y televisiones de ámbito local- vienen realizando tradicionalmente esta función educadora a través de la generación de espacios de comunicación alternativos y críticos, en los que el aprendizaje se realiza a través de procesos de transferencia “*peer-to-peer*” de un conocimiento principalmente práctico “*learning-by-doing*” y a partir de la sistematización de sus experiencias e intercambio de saberes a través de redes nacionales e internacionales. Tanto en Latinoamérica como en Europa, dichas redes han permitido la construcción paulatina de propuestas pedagógicas que han llegado a convertirse en estrategias educativas, motivadas por el deseo de desarrollar nuevas capacidades, ejercer el derecho a la comunicación -en el sentido político de la comunicación alternativa- construyendo discursos alternativos a la hegemonía mediática (Lema, 2015).

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) han desempeñado un papel clave en la transferencia de conocimiento y sistematización de buenas prácticas en los medios comunitarios. Además, en la capacitación radiofónica como forma de establecer los conocimientos teóricos y las habilidades requeridas para el desempeño de la práctica de la radiodifusión y que se ha desarrollado a través de proyectos educativos en numerosos países en vías de desarrollo del continente africano, Asia, o Latinoamérica (Fraser y Restrepo, 2001). Las radios comunitarias se han convertido en las primeras -a veces únicas- fuentes de información y educación de las poblaciones locales.

Los medios de comunicación comunitarios en la historia de América Latina fueron aquellos cuya labor se enfocó en dar voz a las personas que no tenían voz ni voto, o aumentar las voces de quienes tenían limitaciones para acceder a los medios de comunicación. Esos medios constituyeron propuestas de comunicación que buscaban que comunidades empobrecidas e invisibilizadas pudieran dar a conocer sus necesidades y propuestas, y con ello transformar su realidad. Para ello, fue imprescindible elaborar estrategias de comunicación, las cuales debieron tener objetivos claros, concisos y directos. Tras la elaboración de estas estrategias se debió realizar una serie de acciones de comunicación que permitieran un mayor desarrollo y control de las sociedades.

En los medios de comunicación es fundamental la participación, esta se convierte en un prerrequisito para el cambio, transformación y apropiación autónoma de la sociedad para enfrentar y resolver sus propias contradicciones y conflictos, mediante la intervención consciente de todos sus integrantes. Un proceso activo en la transformación de las relaciones de poder con el objetivo de redistribuir las oportunidades de los actores sociales en los procesos de toma de decisiones que nacen de necesidades e intereses individuales y colectivos implícitos en un conjunto de procesos políticos, sociales y psicológicos, cuyo desarrollo está influenciado por el contexto macro donde se encuentra insertada (Cruz, y Linares, 2016).

La participación o inserción no se logra de manera inmediata, se necesita educar a los implicados para lograr fomentar nuevos valores y la gestión social del grupo o individuos. Con esto mejorar su capacidad de organización, desempeño y promover políticas públicas en las que la ciudadanía de la localidad participe en la elaboración de una agenda editorial, lo que significa ser tenidos/as en cuenta al generar procesos creativos y crear paulatinamente los cimientos para una autogestión de la comunicación pública comunitaria.

Los medios de comunicación tienen dentro de sus líneas de acción la gestión del ejercicio de la participación ciudadana en la relación entre las personas y la posibilidad de que las autoridades estatales rindan cuenta de su ejecución y resultado de las políticas, a través del diseño de una programación adecuada para su materialización. Hay que tener en cuenta, además, que los medios de comunicación tienen la posibilidad de dar espacio a todos los grupos etarios, a las entidades gubernamentales o no, así como influir de manera educativa en el logro de una mayor participación de la comunidad en sus procesos de desarrollo local. En América Latina varias son las funciones de los medios de comunicación, en algunos países son conocidos como medios de comunicación alternativos, definidos por varios autores como espacios que están, o buscan estar, fuera del alcance de los intereses y redes de la institucionalidad gubernamental o los actores económicos del mercado.

Los medios alternativos, ciudadanos y radicales son espacios que resultan necesarios para la conformación de una ciudadanía más informada, plural y analítica. La existencia de los medios de comunicación alternativos es importante dentro de los regímenes políticos, tanto democráticos como autoritarios; toda vez que en los medios de comunicación convencionales se dedican a reproducir el discurso del gobierno y la lógica de sectores empresariales, difícilmente se someten

a la rendición de cuentas y generalmente se adhieren a la multiplicación de los discursos hegemónicos (Hernández y Chaguaceda, 2013).

Los Medios de Comunicación en Cuba.

En el artículo “Reflexiones sobre la Gestión de la Comunicación pública comunitaria (...)” los autores Demers y Lavigne (2007) exponen que la comunicación pública comprende “*el conjunto de los fenómenos de producción, difusión, tratamiento y retroacción de la información que crea, orienta y transforma los debates y temas públicos (...) de los medios de comunicación...los movimientos y los grupos que intervienen en la plaza pública*” (Cruz y Linares, 2016: 349).

Además de que la comunicación pública encierra todos los espacios de la comunicación: masiva, institucional, comunitaria, grupal e individual, desde los cuales los asuntos de interés público favorecen la organización de las relaciones entre los contenidos. También la comunicación pública se percibe como la “intrincada de red de transacciones informacionales, expresivas y solidarias que ocurren en la esfera pública”.

Vale señalar que uno de los mayores investigadores de la comunicación, Martín Serrano, explica que la comunicación pública “es una de las actividades colectivas destinadas a proveer de la información necesaria para la reproducción de la comunidad”. Esta información, agrega, se convierte en “relatos” -orales, escritos, imágenes- mediante los cuales el acontecer -material, social, ideal- puede ser conocido y compartido por todos. La gestión de comunicación, se debe fundamentar por tanto en criterios compartidos por todos los miembros de la comunidad. Esta labor no solo recae en actores líderes de ese espacio, cuenta también el desempeño de cada individuo, dentro y fuera de las comunidades en la conformación del imaginario público, y este pasa por el sentido de identidad, compromiso, y pertenencia que tengan los actores comunitarios, por lo que todos necesitan ser tenidos en cuenta, desde el principio.

Es la comunidad/barrio/localidad un espacio social con un capital cultural/simbólico acumulado, en torno al cual pueden crearse bienes producidos, consumidos y consensuados por casi todos los involucrados. Es una forma más de estar ligados a valores simbólicos -de estilos de vida y de grupos- que comparten y que intentan legitimar.

Según (Montero,), la orientación básica de su estrategia es el desarrollo comunal, entendido como un proceso de autogestión por medio de los individuos asumidos como agentes; la toma de conciencia; la identificación de problemas y necesidades; la elección de vías de reacción; y la toma de decisiones. Con estos factores se logra el cambio en las relaciones individuo-ambiente y

la transformación de éste último (Alfaro, 1993). El fin básico está en proporcionar la participación comunitaria mediante la movilización de un grupo específico, para afrontar y remediar sus dificultades. Ésta psicología centra su accionar en ubicar al sujeto como ente activo del cambio social, como agente movilizador de sus propias fuerzas, para transformarse él y su entorno.

En el espacio de lo local/comunitario/barrial adquieren relevancia determinados actores sociales que de alguna manera marcan pautas en él. El uso de prácticas cotidianas locales se convierte en mecanismos y estrategias alternativas con sus propios códigos mediados culturalmente, mostrando signos identitarios y denotando una práctica cultural.

En Cuba, las líneas temáticas y la política editorial están en función de propiciar a la comunidad una programación que satisfaga las necesidades informativas, culturales, educativas, de orientación y recreación. Con los años, se ha convertido en portadora de valores políticos, ideológicos, sociales, éticos y estéticos de nuestra sociedad, basada en los Lineamientos del PCC (Partido Comunista de Cuba) y las orientaciones del ICRT (Instituto Cubano de Radio y Televisión).

Muchas instituciones han abordado el tema de las Políticas Públicas de Comunicación, entre ellos se generaliza la idea de que la comunicación pública se orienta a construir ciudad y comunidad. Esto incluye tanto los medios masivos de comunicación como los alternativos, con el fin de crear, modificar y generar imaginarios colectivos que faciliten la interpretación del entorno social urbano y lo que en él ocurre (Velásquez y Calderón, 2004).

Gracias a las políticas públicas de comunicación, los ciudadanos se integran en el diseño, aprobación y control de los planes urbanos de desarrollo y en la recuperación y mantenimiento de la memoria histórica de las ciudades, enriquecidas con la inclusión de sectores sociales tradicionalmente marginados de la vida pública y de la toma de decisiones. Desde la comunicación se puede trabajar en el fortalecimiento de la ética y los valores en distintos grupos etarios, pues los medios influyen en los estilos de vida y modos de comportamiento de las diferentes comunidades.

Tradicionalmente, el control social ha sido visto como el aumento de la capacidad de influencia de la sociedad sobre el Estado, siendo los medios de comunicación masiva una herramienta que posibilita el perfeccionamiento de los mecanismos de control de aquella sobre este. Dicho fenómeno, también propicia el surgimiento de formas de control de la sociedad sobre la sociedad

misma. El control social como mecanismo de participación está fuertemente vinculado al concepto de gobernabilidad, siendo la comunicación una premisa esencial en el adecuado desempeño de esta función. El control social es entonces el ejercicio de la participación ciudadana en la relación entre las personas y el ejercicio de la autoridad estatal.

Conclusiones

El éxito de los ejercicios de control social depende, en gran medida, de las estrategias de comunicación que se utilicen para dar a conocer los objetivos, herramientas y condiciones en las que los ciudadanos pueden intervenir en el desarrollo de las políticas públicas. De una buena y oportuna socialización de estos procesos depende que se cree una cultura de participación en la sociedad, que se tenga confiabilidad en los resultados y que estos puedan perdurar en el tiempo, pues en los casos en los que la comunidad no observa resultados positivos, sino por el contrario, se fracasa en el intento, se pierde credibilidad en el control social. A través de la comunicación, se facilita la comprensión, transformación y participación de los ciudadanos en los diferentes procesos de cambio social; por ello es imprescindible fortalecer vínculos entre los medios de comunicación masiva y las diferentes instituciones que representan al Estado.

Referencias bibliográficas

- Acosta, A., Calvopiña, V., Cano, J. (2017) Medios comunitarios y democratización de la comunicación en Ecuador: aporte para el debate sobre el Concurso Público de Frecuencias.
- Alfaro, J, (1993) “Discusiones en Psicología Comunitaria”. Texto de Docencia Universitaria. Universidad Diego Portales EIL Editores. Santiago de Chile.
- Castillo, A. Los medios de comunicación como actores sociales y políticos. Poder, Medios de Comunicación y Sociedad.
- Cerbino, M. y Belotti, F. Medios comunitarios como ejercicio de ciudadanía comunicativa: experiencias desde Argentina y Ecuador (<http://orcid.org/0000-0002-7335-2686>)
- Cruz, M. y Linares, M. Reflexiones sobre la gestión de la comunicación pública comunitaria. Año 32, No. Especial 11 (2016): 336 - 355 ISSN 1012-1587
- Cuadros, J.A., Arias, S., Valencia, A. (2015) La comunicación pública como estrategia orientadora en los procesos de participación ciudadana de los jóvenes. *Revista Encuentros*, Universidad Autónoma del Caribe. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.15665/re.v13i1.35>.

Demers, F y Lavigne, Alain. Comunicación y Sociedad. La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación. Universidad de Guadalajara México.

Fraser, C. & Restrepo Estrada, S. (2001). Community radio handbook. Paris: UNESCO. URL <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/community-radio-handbook>

García, N. y Ávila, C. Nuevos escenarios para la comunicación comunitaria. Oportunidades y amenazas a medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil a partir de la aplicación del nuevo marco regulatorio ecuatoriano.

Gómez, A. La comunicación pública, secuestrada por el mercado Wim Wenders, apuntes sobre ciudades, moda y, naturalmente, cine. Universidad de Málaga.

González. y Pereda, J. Comunicación social, desarrollo comunitario y Plan Nacional para el Buen Vivir. Un acercamiento desde la realidad ecuatoriana.

Hernández, I. y Chaguaceda, A. (2013) La comunicación alternativa y los medios comunitarios en Nicaragua: la experiencia del colectivo Agentes de Cambio. *QUÓRUM ACADÉMICO* Vol. 10 N° 1, enero-junio 2013, Pp. 63 - 86 Universidad del Zulia.

Herrera, J. La Radio Comunitaria: estrategia para la comunicación pública.

Lema-Blanco, I. (2015). Los medios de comunicación comunitarios como espacios de educación no formal para los/las jóvenes. *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación* Vol. Extr., No. 14. DOI: 10.17979/reipe.2015.0.14.315

Montesdeoca, G. Los medios comunitarios, un reto para la comunicación en el Ecuador.

Velásquez, J.A. La comunicación: fundamento de las políticas públicas. (2014) *Revista Comunicación*, No. 30 p. 23 - 33 Medellín-Colombia., ISSN 0120-1166 / ISSN (en línea): 2390-0075.