

Comunicación Participativa: Una Visión de la Radio Comunitaria con el Comité Cívico
de la Calle Girardot de Arjona, Bolívar

Ensayo

Realizado por:

Sisy Paola López Cogollo

Tutor:

Víctor Hugo López

Universidad Nacional Abierta y a Distancia- UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades - ECSAH

Programa de Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CCAV - Cartagena mayo 23 de 2021

Tabla de Contenido

Resumen	3
Palabras Clave.	3
Comunicación Participativa: Una Visión de la Radio Comunitaria con el Comité Cívico de la Calle Girardot de Arjona, Bolívar.....	4
Conclusiones.....	12
Referencias.....	14

Resumen

En el campo social y en el desarrollo de propuestas de beneficio a las comunidades, es apremiante el desarrollo de la comunicación participativa como enfoque de integración y acercamiento entre los ciudadanos, los cuales requieren ser escuchados, buscando un acercamiento a organizaciones de poder en donde se pueda suplir y fortalecer sus necesidades. La creación de la Radio Comunitaria, permite la participación de las comunidades y son representadas por organizaciones o juntas de acciones comunales; en este caso se aborda al Comité Cívico de la Calle Girardot de Arjona, Bolívar, concesionario de la Emisora Comunitaria Arjona Stereo. Para conocer su relación su función se analiza desde su visión como medio radial y el impacto en la comunidad, de igual manera se realiza un diagnóstico de su comunicación interna, fortalezas y debilidades desde la comunicación participativa, con el fin de formular una estrategia que ayude al mejoramiento de sus relaciones, este proceso es desarrollado dentro del marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación de la UNAD.

Palabras clave: Radio Comunitaria, Comunicación Participativa, Redes Sociales, Comunidad.

Comunicación Participativa: Una Visión de la Radio Comunitaria con el Comité Cívico de la Calle Girardot de Arjona, Bolívar

El Comité Cívico de la Calle Girardot de Arjona, Bolívar, es una organización social sin ánimo de lucro la cual lleva más de 20 años de servicio a la comunidad, cuyo objetivo principal son los procesos de comunicación comunitaria, liderados a través de la concesión de la Emisora Comunitaria Arjona Stereo operada bajo la Frecuencia Modulada de los 100.5 y supervisada desde el Ministerio de Tecnologías de la Información y las comunicaciones (MinTic). Para este medio de comunicación comunitario su misión está fundamentada en fomentar el acompañamiento social y comunicativo a los habitantes de Arjona y municipios vecinos, articular las estrategias de inclusión y servicio comunitario en el territorio, en ese orden su principal campo de acción se basa en el trabajo social y el acompañamiento a los grupos sociales y redes de participación ciudadana. De igual manera el Comité Cívico de la Calle Girardot de Arjona, Bolívar se proyecta como una entidad líder en comunicación comunitaria en el municipio de Arjona, siendo sostenible, incluyente y participativa desde la radio comunitaria.

Para el Comité Cívico de la Calle Girardot de Arjona, Bolívar y la emisora comunitaria Arjona Stereo, existe la necesidad de ampliar conceptos y conocimientos los cuales permitan ejercer su trabajo social con altos estándares de calidad y profesionalismo, si bien, cuentan con una gran aceptación dentro de su comunidad, es necesario ampliar y dar participación en algunos aspectos puntuales como la integración de sus miembros y la comunidad. Es menester aprovechar el grupo de personas que integran esta organización la cual cuenta con profesionales en el Derecho, Comunicación Social, Periodistas, Editores, Productores entre otros; así como gremios de transportadores, religiosos, comunales, educación y política contando con este

recurso humano es importante para la generación de cambio en materia de impacto social y alternativas de contenidos para ser producidos y emitidos a través del medio de comunicación.

Razón por la cual se entra en contacto con esta organización con el objetivo de realizar una investigación sustentada en hechos reales y en cómo sería el aporte desde el exterior para poder visualizar las fortalezas y debilidades presentes como organización social y medio de comunicación, un aporte importante que permite el acercamiento a esta entidad es por la colaboración laboral prestada a la emisora comunitaria Arjona Stereo. De allí se parte mediante una tesis la cual se crea bajo la necesidad de visionar la radio comunitaria como medio masivo de comunicación dentro de una organización social, para lograr su visualización se requiere del diseño de una estrategia de comunicación con la información recolectada desde todos los ángulos de la investigación, además que permita la socialización con la organización y poder ser un referente de acompañamiento en la ejecución de la estrategia si la organización decide acogerla o no para su futura implementación. Así lo afirma Noguera Vivo (2011) “Las redes sociales son herramientas de comunicación que se caracterizan por su inmediatez y su viralidad, características que hay que tener en cuenta a la hora de plantearse una estrategia de comunicación en social media” (p.18).

La estrategia COMUENVIVO (Comunidad en Vivo), permite llegar a los diferentes sectores de la población y socializar el contenido de programación la cual es dirigida desde el CCCG y realizada por la Radio Comunitaria, el mecanismo de aplicación es lograr identificar la percepción, conceptos y aportes que permitan atender el gusto y expectativas de los ciudadanos en cuanto a las noticias, música, problemáticas frecuentes, atención, adolescencia, niños y niñas al igual que la población LGTBI entre otros, teniendo como apoyo a los programadores de contenidos. Esta estrategia comunicativa responde a la necesidad fortalecer al Comité Cívico de

la Calle Girardot de Arjona, Bolívar, ya que esta PSO, cuenta con un aliado estratégico fundamental para los procesos sociales y de comunicación como es la Radio Comunitaria, por medio de ella se genera una visión de acercamiento a la comunidad arjonera creando un componente necesario para realizar su trabajo, de modo que toda organización social debe articular el trabajo desde la comunicación interna a la externa, así como promover la comunicación participativa social, las redes sociales y el trabajo unánime que beneficie a todos los participantes.

Es así como el desarrollo de las estrategias de comunicación termina fortaleciendo los diferentes procesos que en adelante deseen implementar como organización, por lo tanto, para conocer como lideran su trabajo social es primordial el acompañamiento investigativo el cual refleja la realidad y la necesidad de buscar alternativas de mejoramiento y fortaleciendo de las organizaciones sociales.

El desarrollo y práctica social es el fundamento de acción para los procesos de comunicación participativa los cuales se sostienen diariamente en los territorios. Por lo tanto, es importante articular acciones entre las organizaciones líderes del componente comunicativo, así como el apoyo constante de los ciudadanos. Los medios de comunicación a lo largo de la historia son referentes de participación, acción, lucha, educación y atención a las problemáticas generadas desde el contexto social, político, religioso, económico entre otros, ya que estos medios permiten formar y generar unas redes sociales en pro de un beneficio colectivo entre cada uno de los participantes. Para llevar a cabo este tipo de acciones se deben focalizar aspectos importantes como el acercamiento social de los medios de comunicación a las comunidades y viceversa con el fin de crear una visión de la realidad social. Es decir, aplicando los mecanismos e interrogantes del ¿cómo? ¿dónde? y ¿por qué? beneficiar la participación social como una red

de acción y comunicación. En ese orden de ideas, la tesis de este ensayo se fundamenta en la comunicación participativa de las organizaciones sociales a través de la visión de los medios de comunicación en el caso particular la radio comunitaria. Para defender la tesis de este ensayo es necesario corroborar los aportes científicos de la comunicación participativa, las redes de participación y las comunidades.

La comunicación participativa, visualiza la realidad de una población en materia de necesidades, conflictos u otras acciones en donde se pretenden buscar una transformación de esa realidad, a través de ella se logra conocer el corazón de un territorio, una familia o una comunidad que refleja su problemática sin maquillaje de la realidad. De acuerdo con López (2013) “Estas prácticas de comunicación tienen como elemento común el asumir procesos intencionados en procura de mejorar condiciones de vida de poblaciones en situación de pobreza o malestar social” (p.7).

La radio comunitaria, viene desarrollando un proceso social amparado bajo la organización del Comité Cívico de la Calle Girardot de Arjona, Bolívar (CCCCG), durante su ejercicio evidencia un alto impacto en su territorio tanto urbano como rural, convirtiéndose en la red social con más favorabilidad y aceptación de los habitantes del municipio de Arjona, Bolívar; donde desarrollan campañas, hacen presencia en las zonas o barrios acompañando a los ciudadanos a mantener la comunicación como herramienta de solución a las problemáticas, al mismo tiempo el medio radial desempeña un canal entre los diferentes entes públicos y privados logrando acercamientos y evitando un posible conflicto entre las partes afectadas. Como bien lo afirma Villasante (2010):

Hay relaciones de conflictos que marcamos como “estrellas”. Una de las cosas que no se puede hacer en las comunidades, sean rurales, sean urbanas, la que sea,

es pensar que la comunidad es una unidad en sí, y menos todavía que tienen representantes que la representan bien. Son dos cosas que no funcionan casi nunca. Porque en cualquier comunidad hay líos, hay peleas y también confianzas. (p.7).

Mediante la aplicación de las técnicas de investigación se logran conocer los diferentes aspectos que caracterizan a la organización (CCCG) y la Radio Comunitaria como agente de comunicación externa de la OSP; la observación participante, las entrevistas, las imágenes, videos y charlas permite identificar cómo se lidera la participación de cada integrante del Comité y la emisora, de igual manera cómo trabajan en conjunto las dos entidades sociales. Además, permite conocer la situación actual de participación y trabajo social implementado en el municipio con el apoyo de las organizaciones y comunidades vinculadas a la OSP las cuales son esenciales para su desarrollo como medio de comunicación. En este sentido desde CIMAS (2010) se propone que: “En la medida en que los procesos no son iguales, no tenemos que descartar ninguna de las técnicas a nuestro alcance, siempre que estén al servicio de los objetivos construidos de modo participativo al inicio” (p.35).

La radio viene ocupando y desempeñando un papel muy importante en la ciudadanía ya que permite formar y educar a los ciudadanos en un espacio de interacción y beneficio a sus oyentes, este papel social lo viene desarrollando el CCCG a través de la radio, el cual como ya se mencionó tiene aliados de gran importancia para continuar con la ejecución de su trabajo comunitario, sin que este sea dependiente dichos aliados; en ese orden desarrollan articuladamente su trabajo cumpliendo unos lineamientos como organización social y medio radial comunitario; ahora bien, durante el ejercicio de campo, se corrobora gran parte de su función, en informar, educar, servir, y transformar la sociedad, mediante el acompañamiento

periodístico, al igual, que la práctica social en poder llevar soluciones y claridad sobre aspectos relevantes o problemática que manifieste los participante de las diferentes comunidades. Generar participación es crear espacios de interacción con la comunidad, escuchar las propuestas para la formulación de nuevos proyectos, contenidos y espacios dirigidos por los mismos y en donde cuenten con la supervisión de profesionales en el desarrollo de contenidos de comunicación.

La OSP CCCG, tiene falencias en la comunicación participativa, por lo que es necesario fortalecer esta participación de los ciudadanos a través de la Radio Comunitaria, de tal manera los ciudadanos puedan realizar propuestas comunicativas que abran espacios de participación en la Junta de Programación liderada por el (CCCG). Un medio de comunicación sin el talento humano y social no tendría sentido en su funcionamiento, porque los medios de comunicación son fuente de inspiración social permitiéndole a la audiencia tener voz y ser escuchados de forma masiva, buscando la atención que requiere. Vidal 2004 (citado en López, 2013) señala que:

...la comunicación se entiende como un proceso natural de transmisión de ideas que se exponen en un espacio común, esta concepción se refleja en la realidad social cuando se asume que unos actores, generalmente los propietarios de grandes sistemas mediáticos o líderes de opinión, son los dueños de la verdad y tienen toda la autoridad para transmitirla a otros que no la conocen” (p.6)

Por lo anterior, la comunicación participativa se da en un proceso con un alto grado de participación de la comunidad como principal herramienta de lucha con el uso de nuevas estrategias mediante el acompañamiento de la organización, por tanto, se crea una estrategia que incentive la vinculación de los ciudadanos, así como desde las instituciones educativas la creación de un semillero de comunicadores apoyados a través de la Radio Comunitaria como lo contempla la misión y visión del CCCG, mediante esa estrategia se logra impactar en las

falencias evidenciadas desde la óptica investigativa del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación. Respecto de lo anterior Balcázar (2003) señala: “La investigación participativa es generalmente iniciada por un agente externo (típicamente un investigador asociado con una universidad). El agente facilitador puede jugar un papel muy importante promoviendo el desarrollo de conciencia crítica y facilitando la evaluación de necesidades de la comunidad o un grupo” (p.8).

Este tipo de comunicación, va relacionada con el cambio social, generando espacios sostenibles en el tiempo de tal manera que no se pierdan los procesos de comunicación ya que los medios masivos de comunicación son el referente de información, promoción, educación a las generaciones actuales y las próximas en llegar, de allí la importancia generada a través de las nuevas plataformas tecnológicas de comunicación e información las cuales deben incorporarse en los medios tradicionales de comunicación, es decir, aplicar los dos formatos análogos y digitales ya que es una exigencia del mundo actual, en ese orden exponemos lo mencionado por Mari Sáez, V. (2010) “...los medios masivos y las tecnologías de la información son un medio para la difusión de innovaciones. Ayudan a que los mensajes diseñados desde los países del Norte sean diseminados entre un público” (p.3)

Por ello, los medios masivos de comunicación son propicios para la promoción y formación de nuevas sociedades dentro del marco de la inclusión y la participación como redes sociales activas la cual pretende superar los diferentes obstáculos encontrados al largo del tiempo y respetando la lucha individual o colectiva de sus sentidos o ideales políticos y religiosos. En ese orden de ideas desde Cimas (2010) se afirma, “Naturalmente entramos en contacto con todas aquellas personas y sujetos que en mayor o menor medida lo protagonizan, o participan, o lo observan a distancia” (p.16).

Los medios de comunicación generan participación, por medio de la cual existe una función específica al tratarse de Radio Comunitaria, de acuerdo con Kamlongera y Mafalopulos (2008) sostienen que: "...las necesidades, las oportunidades, los problemas, las soluciones y las percepciones de la comunidad y revela las redes y sistemas de comunicación de la población" (p.14).

Por consiguiente, las organizaciones sociales requieren la integración de cada uno de sus miembros ya sean de otras organizaciones similares o un conjunto de ciudadanos, los proyectos y programas liderados desde los medios radiales sean aceptados entre los ciudadanos, así como la formación y sostenimiento de nuevos jóvenes amantes de la comunicación participativa. Todos estos enfoques son necesarios cuando se trabaja desde los medios de comunicación y más desde el campo social, con el que se pretende construir, educar, fortalecer, formar y socializar proyectos o programas con beneficio colectivo de los mismos participantes y el impacto generado hacia sus comunidades. De este modo Cueto (2019) afirma: "...siendo la comunicación y la educación generadores de sentido y constructoras de cultura, es responsabilidad de los procesos comunicativos contribuir con la misión de incentivar entre los colombianos una relación más armónica con su medio..." (p.4).

Finalmente, los medios de comunicación contribuyen con la construcción de un tejido social, promueven la participación ciudadana necesaria en la generación de un cambio social, la radio contribuye a participar social y profesionalmente en el desarrollo de una práctica cultural, política y educativa acordes a las necesidades de cada individuo y pertinente en la promoción de contenidos los cuales pueden ser replicados por los grandes, medianos y pequeños medios de comunicación en el mundo. Desde el pensamiento del comunicador social se crean las herramientas que hoy por hoy ayudarán a los medios masivos de comunicación a recuperar su

credibilidad y fortalecer los contenidos de programación exigidos por una audiencia cada día más preparada.

Conclusiones

La investigación realizada a través del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, permitió el acercamiento a diferentes organizaciones sociales cada una con un objetivo definido. Además, tomar como línea investigativa a una OSP como lo fue el Comité Cívico de la Calle Girardot de Arjona, Bolívar y su concesionaria la Emisora Comunitaria, dentro de ese proceso se logró identificar factores importantes desde el ámbito de la comunicación, redes sociales, comunicación participativa, periodismo, comunicación para el cambio social, de igual manera se evidenciaron falencias dentro de su estructura comunicacional y para ello, se formuló un aporte para el fortalecimiento de esas debilidades. Dicho aporte consistió en una estrategia que contribuye al fortalecimiento y posicionamiento de las OSP debidamente organizadas.

Mediante la comunicación participativa se logra construir una estrategia, la cual fortaleciera el acercamiento comunicacional desde la radio comunitaria a la población, así como la construcción de un semillero de jóvenes desde las instituciones educativas del municipio para hacer parte del equipo de comunicación del medio, de modo que las comunidades tengan idea de cómo crear, promover y ejecutar espacios o programas radiales.

Dentro del análisis de la estrategia de comunicación presentada a la OSP, como referente de comunicación que permitiera el mejoramiento de sus contenidos, la influencia y participación de los ciudadanos y el acercamiento del medio a la comunidad, fue considerada pertinente para su implementación por parte de los directivos del Comité Cívico de la Calle Girardot de Arjona, Bolívar, mediante su puesta en marcha han decidido ir aplicándola de manera escalonada, con el

objetivo de no generar presión a la audiencia como estrategia de la Junta de Programación y la Emisora Arjona Stereo. Además, crearon modificaciones las cuales generaran más impacto y conexión entre los tres componentes como son: el social, medios de comunicación y organizaciones.

De lo anterior, el trabajo como estudiante represento un compromiso desde la investigación, por el contenido social incluido en este proceso, así como el sostener un vínculo investigativo en donde incluía un medio de comunicación, evidencio el profesionalismo para llevar a cabo ese proceso y poder contribuir al mejoramiento de sus falencias, escuchar a sus participantes sobre puntos de vista que no comparten con los directivos de la personería jurídica del medio. Sin embargo, es preciso señalar que muchas de sus anotaciones fueron importantes para poder presentar una estrategia de comunicación que no generara rechazo por sus miembros.

En síntesis, el acercamiento a esta organización dejó un aprendizaje autónomo, teórico e investigativo desde el perfil de estudiante, mediante el cual desarrollará su campo profesional como apoyo a la construcción de tejido social a través de las redes sociales de comunicación, así como fortalecer algunas falencias dentro del componente como comunicador social en el campo de la investigación.

De este modo, se ha podido establecer que los medios masivos de comunicación son influyentes en una sociedad necesitada, de igual manera que los profesionales en comunicación social son primordiales dentro de una empresa para promover la comunicación participativa de sus integrantes y a su vez genere una comunicación interna y externa adecuada y acorde con las necesidades de sus usuarios y público que lo requiera.

Referencias

- Balcázar, F. E. (2003). *Investigación acción participativa (IAP): aspectos conceptuales y dificultades de implementación*. Fundamentos En Humanidades, 7-8, 59–77:
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/20765> los medios masivos y las tecnologías
- CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. (2010). *Manual de Metodologías participativas*. http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf
- Cueto Gómez, I. (2019). *Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental*. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/57637>
- Kamlongera, C., y Mafalopulos, P. (2008). *Diseño participativo para una estrategia de comunicación*. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed
<http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>
- López, J. (2013). *Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica*. Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD. https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf
- Mari Sáez, V. (2010). *El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta práctica en los medios comunitarios*. Razón y palabra, (71), 40.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3791849>

Noguera Vivo, J. M. (2011). *Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online*. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533)

Villasante, T. R. (2010). *Redes sociales para la investigación participativa*. En: *Sociedad Hoy*, núm. 18, 2010, pp. 109-129. Red Universidad de Concepción. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1)