



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 36 – NOVIEMBRE DE 2010

“LA UTILIZACIÓN DE LOS MEDIOS”

AUTORÍA ÁFRICA CHACÓN BLANCO
TEMÁTICA ESTUDIO EN LA ESCUELA
ETAPA EDUCACIÓN PRIMARIA

Resumen

Este tema es importante porque el principal recurso en Desarrollo Comunitario es la comunidad, y uno de los componentes fundamentales es su población, con sus raíces históricas y culturales.

Palabras clave

La utilización de los medios

1-INTRODUCCIÓN

Una vez más diremos que el principal recurso en Desarrollo Comunitario es la comunidad, y uno de los componentes fundamentales es su población, con sus raíces históricas y culturales.

Es cierto que la actual concepción de la sociedad como “aldea global” está provocando una uniformidad cultural y una constante invitación a la aproximación a las medidas de tendencia central, especialmente cuando de grupos étnicos minoritarios hablamos, pero también es cierto que los bienes culturales, artísticos, lúdicos o sociales que forman parte del patrimonio de la comunidad son un excelente punto de partida para su consideración como recurso comunitario, a la vez que son extraordinarios estímulos para el fomento de la participación social.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 36 – NOVIEMBRE DE 2010

2. RECURSOS ETNOGRÁFICOS E HISTÓRICOS.

Además, la historia particular de cada comunidad puede ilustrar sobre el repertorio de conductas colectivas que han sido utilizadas en otros momentos para solucionar necesidades y problemas, similares o no, pero que han entrado a formar parte de esa especie de “subconsciente colectivo” que todo grupo humano presume de tener.

Podemos enumerar algunos de los recursos más importantes agrupándolos en:

- Bienes culturales del patrimonio heredado:

Monumentos históricos: Arte. Ciencia.

Museos: Técnica, tradiciones culturales.
Galerías de arte.

Bibliotecas. Fonotecas y videotecas.

- **Artísticos:** Posibilidades de expresión que constituyen formas de iniciación o de desarrollo de los lenguajes creativos y de la capacidad de innovación y búsqueda de nuevas formas expresivas):

Artesanía o arte popular: cerámica, talla de madera, tejido, bordados, cestería, tapices, forja, trabajos en piedra, vidrio, cerámica, juguetes y muñecos, trabajos en hueso, conchas y moluscos, miniaturas, abanicos, joyas y bisutería,...

Artes visuales: pintura, escultura, grabado, dibujo artístico y funcional, serigrafía, cartografía, bricolaje, tatuaje,

Artes escénicas: teatro, mimo, títeres, marionetas, guiñol, juglares. Trovadores.

Danza: ballet, danzas folklóricas, expresión corporal, danza moderna, Música y canto: música folklórica, música moderna, música clásica, música coral, grupos musicales, bandas, rondallas y tunas.

Lenguaje y literatura: periódico popular, periódico mural, talleres literarios, producción de panfletos, trípticos, folletos, revistas.

Nuevas formas de cultura: películas, audiovisuales, fotografía, uso de los medios de comunicación de masas...



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 36 – NOVIEMBRE DE 2010

- **Lúdicos:** Actividades físicas, deportivas y de aire libre que favorezcan fundamentalmente el desarrollo físico y corporal:

Esparcimiento al aire libre: marchas, acampadas, paseos.

Excursiones

Juegos deportivos y paradesportivos. Deportes.

- **Sociales:** actividades que favorecen la vida asociativa y la atención a necesidades grupales y la solución de problemas colectivos:

Fiestas

Organización y realización de reuniones y encuentros.

Movilización de vecinos para realizar acciones conjuntas.

Asociaciones en los movimientos sociales (asociaciones de vecinos, ecologistas, pacifistas, feministas,...) que consolidan el desarrollo de organizaciones de base.

Actos de reunión familiar a gran escala.

Estos recursos tienen un carácter histórico-antropológico y pueden ser movilizados en función de un desarrollo alternativo a los recursos convencionales. Hay que destacar:

- a) Las redes sociales, o sea, los sistemas de valores y de referentes generados por la tradición histórica.
- b) La memoria colectiva, representada por la historia social del grupo y sus conquistas.
- c) La identidad cultural, generadora de individualidad étnica y de la conciencia de diferenciación de clases.
- d) La visión del mundo resultante de la interacción entre las personas y la naturaleza.

Estos recursos *pueden* ser instrumentos importantes de transformación en la medida en que están enraizados en las comunidades y organizaciones por la tradición histórica y cultural. Asimismo, las comunidades pueden hacer uso de ellos como viabilizadores de alternativas pues son inherentes y específicos a tales grupos sociales.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 36 – NOVIEMBRE DE 2010

3.- RECURSOS DE EXPRESIÓN GRÁFICA. RECURSOS DE COMUNICACIÓN.

Un acercamiento a la comunidad puede darse por distintas razones: para conocer la realidad y ser informado de ella, para informar a la población, para favorecer los cauces de participación. Para animar a la comunidad, etc. y por ello las técnicas son variadas.

Dado que una comunidad está formada por múltiples grupos, las técnicas expuestas en el apartado anterior, especialmente las relacionadas con los grandes grupos, con reuniones de masa y con extensos auditorios, tiene validez al hablar de la comunicación en comunidad.

UTILIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

Para un uso correcto de los medios de comunicación, no podemos olvidarnos de los elementos inherentes a la propia comunicación. Tampoco las técnicas serán las mismas si nos referimos a la prensa o a la radio, o si pretendemos montar un montaje de diapositivas, o radio, o de fotografía...

De modo general, y refiriéndonos a un medio como la prensa, hay unos mínimos que hay que considerar para lograr una buena comunicación, partiendo siempre de que se pretende transmitir un mensaje claro y mantener una buena relación con el receptor. Para lograr esto, SÁNCHEZ ALONSO dice que hay que responder a las siguientes preguntas:

- ¿Qué es exactamente lo que se quiere o se necesita decir?
- ¿Por qué? nos muestra la finalidad que queremos conseguir, que puede ser informar, solicitar, confirmar y persuadir.
- ¿Cuándo? ¿Dónde?, que hacen referencia al contexto y tiene en cuenta tanto los factores físicos (entorno, localización, etc.) como psicológicos (expectativas del receptor, etc.)
- ¿Cómo? Se refiere al medio utilizado, que será uno que permita que la comunicación sea clara. Concisa, constructiva, correcta y completa.
- ¿Quién? Trata de situar a la persona o personas a las que va dirigido el mensaje y trata de anticipar cuál será su reacción ante la comunicación.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 36 – NOVIEMBRE DE 2010

4.- MEDIOS NO FORMALES: RECURSOS GRÁFICOS DE INVENTIVA POPULAR Y CONCIENCIACIÓN CALLEJERA, COMUNICACIONES Y OTROS.

Por el carácter propio del Trabajo Social y del Desarrollo Comunitario no deben tenerse demasiadas expectativas asociadas a la prensa de tirada importante.

Se adecua más a los objetivos de animación comunitaria la llamada prensa popular, ya que se presta a ser utilizada en colaboración con las personas interesadas: emisores y receptores son sujetos; eso tiene que ser un periodismo hecho por el pueblo para el pueblo mismo, y valiéndose de medios diversos, el periodismo popular desarrolla una amplia variedad de formas escritas, orales y audiovisuales.

Es necesario resaltar que las técnicas de comunicación ~ las que hace referencia este apartado tienen más importancia en los procesos de intervención social que en los de Desarrollo Comunitario, pues por la propia naturaleza de las relaciones entre los componentes de una comunidad no suelen ser necesarios este tipo de recursos.

Sí que son utilizados, (con dudoso éxito, por cierto) para que la comunidad generalice a otras comunidades o al resto de la sociedad cuales son los problemas a los que se enfrenta, en lo que técnicamente estaría comprendido en los procesos de la Acción Social; pero esa es otra historia. Veremos aquí algunos rasgos de estos medios no formales de comunicación.

Las técnicas de difusión, divulgación y sensibilización pueden jugar un papel muy importante a la hora de dar información.

Es necesario que sean machaconas y reiterativas. Buscando las más adecuadas a la población y repitiéndolas varias veces a lo largo de todo el proceso. Hay que tener en cuenta, que un panfleto de poco sirve a una persona analfabeta. Debiéndose usar en esos casos la megafonía, por ejemplo.

Puesto que es difícil comunicar el significado, es de suponer que si los símbolos pueden simplificarse, el receptor los comprenderá con mayor facilidad; es más, si se emplean .símbolos del tipo que prefieren los destinatarios, éstos se mostrarán más receptivos.

Este es el concepto fundamental en que se basa la *claridad*, por medio del cual se pretende que la palabra hablada y la escritura resulten más comprensibles. Una guía para la claridad en la redacción de escritos que tienen como destinataria a una comunidad puede ser la siguiente:

- Usar palabras y frases sencillas, como por ejemplo, "cancelar en lugar de "abrogar", "como" en lugar de "de manera similar".



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 36 – NOVIEMBRE DE 2010

- Emplear vocablos cortos y conocidos, por ejemplo, "borrar" en lugar de "obliterar".
- Emplear pronombres personales, como por ejemplo "usted" y "ellos", si el estilo lo permite.
- Usar ilustraciones, ejemplo y gráficas; son más apropiados cuanto más ligado esté el asunto a las experiencias de los lectores.
- Usar frases y párrafos cortos. La terminología rebuscada y los informes pesados pueden parecer impresionantes a algunas personas, pero el trabajo del informador es informar a la gente, no impresionarla.
- Usar la forma activa de los verbos, con preferencia sobre la pasiva, como por ejemplo, "El Alcalde dijo..." en lugar de "Fue dicho por el alcalde que...".
- Emplear sólo las palabras necesarias. Por ejemplo, en la frase "las malas condiciones climatológicas han impedido la iniciación de las reformas de infraestructura urbana", sobran palabras y podría decirse "el mal tiempo evitó el comienzo de las obras".

Si hacemos un recorrido por aquellos recursos de inventiva popular y de concienciación callejera, podemos destacar los siguientes

Escritos: periódicos, hojas-volantes, pintadas, boletines-revistas, afiches-carteles. Panfletos, periódico-mural.

Periódico: Impreso que se publica con determinados intervalos fijos de tiempo.

Panfleto: Obra de carácter difamatorio o agresivo.

Folleto: Obra impresa, no periódica.

Octavilla: Volante de propaganda que se reparte o arroja en lugares públicos concurridos.

Boletín: Publicación periódica sobre una materia determinada.

Revista: Publicación periódica por cuadernos, con escritos sobre varias materias, o especialmente sobre una sola.

Mural: Mapas, pinturas, escritos, etc. hechos o aplicados sobre una pared o muro.

Pintada: Palabras plasmadas con pintura en lugares públicos, con gran contenido semántico-social.

Pancarta: Cartel con frases o emblemas, que se usa principalmente en manifestaciones públicas.

Letrero: Palabra o conjunto de palabras escritas para dar noticias o publicar algunas cosas.

Aviso: Escrito con que se da noticia de algún hecho.

Anuncio: Proclamaciones para dar a conocer algunas cosas.

Grafiti: Inscripciones, dibujos y letreros, trazados sobre muros y paredes de los edificios, que expresan invocaciones, sentimientos, etc...

Cartel: Papel, impreso o manuscrito, que se fija en un paraje público para hacer saber alguna cosa.

- *Orales:* informativos, casetes-cintas, coches parlantes y megafonía, radio de

C/ Recogidas Nº 45 - 6ªA 18005 Granada csifrevistad@gmail.com



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 36 – NOVIEMBRE DE 2010

Barrio, municipal o radio fórum, discursos.

- *Audiovisuales*: cine, fotomontajes, vídeo, teatro.

5.- RECURSOS INFORMALES, SERVICIOS Y RECURSOS CIUDADANOS NO INSTITUCIONALES

Nos referiremos a este amplio grupo como recursos no convencionales

Los recursos no convencionales constituyen un conjunto de recursos que han sido identificados como importantes componentes en la formación y sobrevivencia de los movimientos sociales y micro-organizacionales. Y se hace referencia a ellos más arriba, en las líneas dedicadas al los recueros etnográficos e históricos.

En general, los recursos movilizados por las comunidades van mucho más allá de lo que convencionalmente se ha denominado como recursos económicos, esto es, asociados al trabajo y al capital. Incluyen elementos como:

- a) - Nivel de conciencia social que constituye uno de los fundamentos del proyecto colectivo y es generador de responsabilidades comunitarias.
- b) - Cultura organizativa y potencial de gestión, representado por el potencial organizador desarrollado por la comunidad y por experiencias anteriores.
- c) - Potencial tecnológico representado por la capacidad de creatividad popular.
- d) - Energía solidaria concretada en la capacidad de ayuda mutua.
- e) - Potencial de calificación y de entrenamiento ofrecido por instituciones como la Iglesia, ONG y por profesionales liberales.
- f) - Capacidad de compromiso y dedicación de las personas que se involucran con la comunidad sin medir sacrificios y que movilizan ayuda de otras organizaciones.
- g) - Donaciones económicas.

Conviene también destacar el trabajo desempeñado por personas desempleadas, que escapando a los registros convencionales del enfoque de fuerza de trabajo, participan del esfuerzo comunitario.

Los cuatro primeros de los recursos reseñados más arriba son endógenos a la comunidad y los tres últimos provienen de personas e instituciones que interactúan con ella. Contrariamente a los recursos económicos tradicionales que se caracterizan por su escasez, estos recursos no convencionales son abundantes y tienen una enorme capacidad de conservar y transformar la energía social para los cambios. Varían desde el nivel individual al colectivo, pero todos son potenciadores de energías sociales transformadoras, cuya importancia ha sido la mayoría de las veces subestimada.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 36 – NOVIEMBRE DE 2010

6- APLICACIÓN EN EL AULA

En definitiva el objetivo que se busca es que los alumnos y alumnas deben apoyarse en la participación ciudadana, para escapar del paternalismo y de la burocracia.

La participación exige información, tener opinión y decidirse a actuar. De ahí que las carencias en el saber o en el querer hacer exigen favorecer la *formación* y la *motivación* si se pretende potenciar la participación.

La formación no puede confundirse con la información. Esta es parte de aquella, pero exige, además una metodología activa. La motivación siempre ha de canalizarse según el contenido y en base a temas de interés para el destinatario

5-REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- MUCCHIELLI, R. (1984) Preparación y dirección eficaz de las reuniones de grupo Ed. Ibérico-Europea. Madrid.
- SÁNCHEZ ALONSO, M. (1986) Metodología y práctica de la participación. Edit. Popular. Madrid.

Autoría

- Nombre y Apellidos: África Chacón Blanco
- Centro, localidad, provincia: Ceuta (Ceuta).
- E-mail: afri-76@hotmail.com