

Las condiciones sociales de producción de prácticas de comunicación en movimientos sociales: el caso de una organización en Córdoba 2004-8.

Lic. Natalia Traversaro

El presente trabajo posee como objetivo trabajar las condiciones sociales de producción, las condiciones favorecedoras y los obstáculos que se encontraron en el estudio de las prácticas de comunicación realizadas entre los años 2004 y 2008 por el movimiento social Barrios de Pie de Córdoba.

El interés de realizar el estudio en esta organización, tuvo su origen en la multiplicidad de las líneas de acción desarrolladas por el movimiento en relación a la comunicación. Este movimiento ha realizado, desde sus orígenes, trabajos comunitarios de distinta índole y en el transcurso de los años estudiados, añadió la preocupación por el desarrollo de nuevas tendencias de comunicación desde y hacia sectores medios y finalmente, incorporó la batalla política en relación al tema, cuando representantes de Libres del Sur (brazo político de movimiento Barrios de Pie) asumieron un rol activo en la lucha por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522.

Para realizar el estudio, se empleó una metodología de tipo cualitativo, utilizando entrevistas en profundidad y semi-estructuradas a los responsables o generados de las prácticas comunicacionales y a las coordinadoras barriales.

Las prácticas de comunicación se seleccionaron incluyendo aquellas que posibilitaron la expresión y participación de los sujetos, aunque no se trataran de medios de comunicación propiamente dichos, es decir, aquellas prácticas que se consideraba contribuían a la construcción de ciudadanía comunicativa, de acuerdo a la definición de María Cristina Mata. Para realizar el análisis teórico, se recurrió a los conceptos de Ricardo Costa, quien señala que los agentes eligen o seleccionan la realización de una determinada práctica dentro de un marco de posibilidades que posee a su alcance. En esas elecciones, intervienen el conjunto de posibilidades de acciones a realizar, las competencias y trayectorias de los agentes y las condiciones que favorecen su desarrollo o lo obstaculizan. En este sentido, en el estudio realizado, se consideró importante analizar, no sólo, las condiciones económicas, materiales que permitieron el origen y desarrollo de ciertas prácticas de comunicación, sino también el lugar que los promotores o generadores de las propuestas poseían dentro de la organización. Entre la multiplicidad de prácticas de tipo comunicativo que desarrolló la organización, como se dijo, no siempre se encontraron medios de comunicación

propriadmente dichos, es posible mencionar talleres de comunicación popular, radios comunitarias, revistas, talleres de expresión u otros en los barrios, videos, entre otras posibilidades.

El resultado del análisis permite visualizar que, dentro de los condicionamientos sociales que posibilitan el desarrollo de las prácticas comunicativas, resulta interesante considerar tanto las posibilidades socio-materiales, como los espacios que se generan para los comunicadores sociales y la importancia o valor otorgado a lo comunicativo hacia el interior de la organización en relación a sus objetivos.

Prácticas de comunicación de Movimiento Barrios de Pie/ Libres del Sur

Por prácticas de comunicación se entiende a aquellas que posibilitan la expresión y participación de los sujetos, aunque no se trate de medios de comunicación propiamente dichos, es decir, se hace referencia a prácticas que contribuyen a la construcción de ciudadanía comunicativa, de acuerdo a la definición de María Cristina Mata.

Las prácticas de comunicación en Latinoamérica han presentado distintas características de acuerdo a los objetivos perseguidos. Así, el difusionismo se preocupó por la utilización de tecnologías y medios de comunicación para promover el desarrollo, Paulo Freire introdujo nociones que posibilitaron pensar educación/comunicación como prácticas liberadoras en tanto permitieran la participación y creación de los sujetos desde el conocimiento de su propia realidad. Posteriormente, Jesús Martín Barbero, introdujo la idea de “mediaciones” para hacer referencia a todos aquellos aspectos o prácticas que se relacionaban a la producción y recepción comunicativas.

En este sentido, se entiende que las prácticas de comunicación de MBP estudiadas, no se limitan al desarrollo de medios de comunicación, sino que incluyen otras prácticas que funcionaron como mediaciones para el desarrollo de la comunicación, por ejemplo, las reuniones de discusión de prensa, los talleres de teatro u otros trabajos grupales que posibilitaron la participación, el diálogo y la reflexión.

Siguiendo la propuesta de Costa, se analizaron las condiciones de producción de las prácticas de comunicación en relación a su contexto, es decir, en correspondencia a los procesos sociales globales en los que se inscriben, las relaciones y situaciones específicas que facilitaron su génesis y desarrollo o, por el contrario, los obstaculizaron.

Condiciones y contexto social de producción de las prácticas de comunicación

Las prácticas de comunicación de la organización, surgieron tras la crisis argentina del año 2001, la cual estuvo marcada por la consigna “que se vayan todos” dirigida a la dirigencia política del país y facilitadora de nuevas acciones y experiencias por parte de la sociedad civil, organizaciones ya existentes y otras que se conformaron al calor de los acontecimientos. Esta situación, se caracterizó por procesos de movilización y participación ciudadana, algunos espontáneos y otros organizados, con la intención de que se atendieran los reclamos sobre la situación económica, política y social heredada y profundizada en la década neoliberal de los años noventa. Al asumir

el presidente Néstor Kirchner, algunos reclamos –ya históricos- fueron atendidos, como aquellos relacionados a la deuda externa, derechos humanos, políticas redistributivas, entre otros. Asimismo, se incorporaron representantes de organizaciones o movimientos sociales a instancias del gobierno, tal fue el caso de integrantes de Movimiento Libres del Sur y Barrios de Pie, como Humberto Tumini (MLS) que ocupó el cargo de “Secretario Ejecutivo del Consejo Federal de Derechos Humanos” y Jorge Ceballos (MBP) el de “Subsecretario de organización y capacitación popular del Ministerio de Desarrollo Social” de la Nación.

De esta manera, las movilizaciones y reclamos realizados por el pueblo en el año 2001 -que culminaron con la huida del presidente De la Rúa-, como las posibilidades de construcción y participación generadas en el nuevo gobierno de Néstor Kirchner; otorgaron a la palabra y su expresión –ya sea a través de la movilización, participación u otros- la posibilidad de verse plasmada en hechos concretos de la vida social y política del país. Por lo tanto, la participación, como forma de expresión, adquiría nuevos significados relacionados a las posibilidades de construcción y/o transformación; ya sea por fuera o desde los canales políticos tradicionales.

En el contexto social descrito, la organización estudiada elaboró acuerdos y desacuerdos que le permitieron surgir como movimiento independiente. Así fue que, tras el conflicto del año 2001, se desprendieron de Federación de Tierra y Vivienda y formaron Movimiento Barrios de Pie. Posteriormente, en el transcurso del nuevo gobierno del Presidente Kirchner, las necesidades básicas, como alimentación, disminuyeron y con ellas, las tareas relacionadas a copas de leche y comedores comunitarios. Fue entonces, que la organización se propuso atender demandas o carencias relacionadas a otros derechos de las personas como salud, educación, problemas de género, formación política, cultura y comunicación. En función de estos objetivos, se crearon áreas de trabajo, entre ellas, la de comunicación promovida por agentes de la organización profesionales, estudiantes en comunicación y otros ajenos a la organización, estudiantes de comunicación social.

El área de comunicación, entonces, surgió en el contexto social caracterizado por cierto crecimiento de procesos de participación social, de atenuación de las necesidades básicas y apertura de posibilidades de pensar en propuestas de trabajo relacionadas a otros aspectos de la vida y condición ciudadana de las personas.

Hacia el año 2004, agentes provenientes de diferentes espacios del movimiento, coincidieron en la necesidad de impulsar un área de comunicación. Esta, fue una de las últimas en crearse, ya que otras, como educación, salud, género, ya se encontraban constituidas.

Prácticas de comunicación de la organización y sus objetivos

El movimiento puso en marcha prácticas de comunicación con diferencias en los objetivos perseguidos, las estrategias diseñadas para llevarlos adelante y las épocas en que fueron diseñadas o propuestas. Así, puede distinguirse una primera etapa entre los años 2004 a 2008 y otra que entre 2008 y 2009.

El área de comunicación surgió en el año 2004 cuando el movimiento ya se había organizado como Movimiento Barrios de Pie y había transitado un periodo de arduo trabajo territorial tras la crisis del año 2001. Como se expresó en párrafos anteriores, hacia el año 2004, la economía se estaba recuperando y no resultaba tan urgente el trabajo para cubrir necesidades básicas en los barrios carenciados. De esta manera, surgieron las áreas del movimiento, destinadas a trabajar sobre otras necesidades o derechos ciudadanos, entre ellos, el de comunicación. Esta etapa, se caracterizó por el desarrollo de actividades territoriales de comunicación, como los talleres de comunicación popular, revistas barriales, radios comunitarias o cortos audiovisuales. Hacia el año 2008, muchas de estas prácticas se habían perdido y el país iniciaba un nuevo momento político con la asunción a la presidencia de la nación de Cristina Fernández de Kirchner. Los debates generados en esta nueva etapa con distintos sectores de poder, entre ellos el agrícola ganadero y los medios de comunicación, favorecieron que la organización se planteara el desarrollo de nuevas herramientas de comunicación y para realizarlo, fue necesario reorganizar y hacer resurgir el área de comunicación que había disminuido su labor en relación al año 2004.

Prácticas de comunicación desarrolladas por el área de comunicación

Talleres de comunicación popular

Surgieron al formarse el área de comunicación, facilitados por la iniciativa y la responsabilidad asumida por un actor que recientemente se acercaba al movimiento en calidad de estudiante de comunicación social. La llegada del estudiante y sus propuestas de estudio, movilizaron el problema de la comunicación y favorecieron la articulación de actores e ideas referidas a la problemática de la comunicación. Esta situación, permitió que el sujeto gestionara sus competencias generando un lugar valorado al interior de la organización, lo cual favoreció continuar trabajando en su interior, formando con sus compañeros el área de comunicación e iniciando los talleres de comunicación popular. El sujeto construyó narrativamente su continuidad en la labor de la institución bajo la figura de cumplir con un “compromiso” que “sentía” había asumido con la organización. El agente, contaba con competencias cognitivas en relación a los conocimientos de comunicación adquiridos en la Escuela de Ciencias

de la Información y que intentaba poner en práctica en el estudio y propuesta de comunicación para la organización, a favor del desarrollo de su competencia del “saber hacer comunicación en organizaciones sociales. El desarrollo de la comunicación en la organización era un “objeto o fin deseado” y los conocimientos y posibilidades concretas para desarrollarla aparecían como un “recurso escaso”, en tanto, si bien había comunicadores en el movimiento; éstos tenían a su cargo otra multiplicidad de responsabilidades y funciones que no permitían el completo desarrollo de la actividad. Este Actor contaba con el “recurso escaso” de conocimientos de comunicación y –como recién llegado al movimiento- disponía de tiempo para dedicarse a la actividad. Por lo tanto, las competencias cognitivas, axiológicas y la opción del agente de dedicarse a la puesta en marcha de su proyecto, lo ubicaba en un lugar valorado y privilegiado en relación a otros miembros del movimiento. Los objetivos de la propuesta del estudiante y sus compañeros, daba respuesta a necesidades expresadas por miembros del movimiento, como generar procesos de comunicación interna, en cual se identificaban falencias ya que en algunos sectores no se enteraban de lo que ocurría en otros, ni de los programas globales de la organización. Asimismo, se deseaba generar instancias que posibilitaran el diálogo, el debate y que permitieran unificar o fortalecer ideas sobre la importancia de la “lucha popular”. Finalmente, se pretendía mejorar la visibilidad en los medios de comunicación. Para el logro de estos objetivos, se propusieron talleres de comunicación popular que retomaban la noción de “reportero popular barrial” con lo cual se intentaba que los habitantes de los barrios pudieran reconocer, registrar y difundir aquello que ellos consideraban importante sobre su propia realidad. Con la información recolectada, se elaboraron algunos diarios murales y una revista de creación colectiva de la organización denominada “Barrios de Pie” que se produjo durante un año. De esta manera, se recuperaron nociones de la escuela latinoamericana de comunicación en relación a la construcción ciudadana a través de la participación en procesos de interpretación de la propia realidad y construcción de las noticias o saberes a partir de esa instancia. Igualmente, se facilitaron pequeños procesos de “democratización de la comunicación” en tanto se ampliaron las posibilidades de participación, expresión y visibilidad de la realidad, aunque se limitara a la pequeña comunidad a la cual llegaba la publicación.

Como elementos facilitadores para desarrollar estas prácticas, se observó que los talleres eran una propuesta nueva y sus promotores habían dedicado tiempo y trabajo a su discusión, planteo de objetivos, planificación de modalidades de implementación, como también, trabajo en los territorios para el desarrollo de los talleres. Otro elemento facilitador, fue el desarrollo de actividades de la organización, como campañas de

trabajo barrial, que contribuyeron a la generación de actividades especiales que permitieron la generación de “hechos noticiables”. Sin embargo, si bien estas actividades funcionaron como disparadores al inicio de los talleres, el trabajo de los talleres continuó durante un año recuperando lo que se consideraba importante de los territorios para ser publicado en diarios murales o en la revista “Barrios de Pie” de la organización. Entre los obstáculos que debieron enfrentar estas prácticas, los organizadores hicieron alusión a la falta de recursos materiales como papel, lápices, máquinas de fotos, grabadores y al hecho de la participación mayoritaria de mujeres, a quienes se les presentaban limitaciones para dedicar trabajo a estas actividades que competían con otras consideradas de mayor prioridad como la asistencia y atención de copas de leche, comedores, guarderías, entre otras¹. Otro de los actores², señaló la dificultad que hubo en definir y dar claridad a los objetivos de los talleres de comunicación y a la revista en particular. Como resultado de los obstáculos que había que sortear, los organizadores sostuvieron que no se pudo dar continuidad en el tiempo a los talleres de comunicación y a la publicación de la revista.

Radio abierta

La experiencia de “radio abierta” se realizó en un barrio denominado Güemes, donde conviven zonas con población de clase media y otras de bajos recursos. Esta práctica de comunicación popular comunitaria, propuesta por un licenciado en comunicación social y ex militante del “partido justicialista” que se incorporó a la organización cuando ya se había creado el área de comunicación. Por lo tanto, esta actividad no había sido considerada al crearse el área y no se desprendió como propuesta u objetivo del área, sino que la inició el actor a modo de continuación de trabajos previos que venía realizando en el barrio con niños y jóvenes desde el centro vecinal. De esta manera, a través de trabajos de comunicación, se acercaba “Movimiento Barrios de Pie” a un nuevo barrio. La propuesta contaba con aliados que operaron como agentes favorecedores del desarrollo de la actividad, como vecinos que destinaban un espacio, padres que confiaban que sus hijos se acercaran a la actividad. No se contaba con opositores fuertes, ni enemigos importantes, uno de los propósitos era evaluar las condiciones del barrio y denunciar aquellos servicios u otras cosas que no funcionaran. Tanto en esta experiencia, como en otras, el agente supo gestionar sus competencias en militancia política y estudios de comunicación; y realizar aportes a la organización con objetivos diversos, que le permitieron ir posicionándose en espacios valorados dentro del movimiento.

¹ Expresado en las entrevistas de actores A y C, coordinadores del área de comunicación.

² Expresado en entrevista de actor C.

El agente poseía competencias cognitivas y del “saber hacer” en el campo de la comunicación y la militancia política; sin embargo; al momento de realizar estas prácticas no se encontraba en una posición privilegiada dentro de la organización; éstas fueron opciones realizadas por el agente, desde las cuáles, fue construyendo su trayectoria en el movimiento. Se recuperaron conocimientos obtenidos de la escuela de comunicación latinoamericana tendiente a la participación de los sujetos en la observación y construcción de saberes y “decires” sobre su propia realidad. Los destinatarios fueron los mismos habitantes del barrio que también eran entrevistados e invitados a exponer sus ideas y opiniones. También esta propuesta contribuyó a generar pequeños procesos de “democratización de comunicación” aunque sólo a nivel interno de la organización; sin extenderse a una propuesta más amplia hacia el resto de la comunidad o afectara a los derechos o posibilidades de participación y visibilidad en medios de comunicación de mayor alcance. Sintetizando, la trayectoria que el agente fue construyendo, mediante las opciones antes mencionadas, de llevar adelante prácticas de comunicación desde fuera y dentro de la organización, tuvieron como resultado la valoración de su labor por parte de los dirigentes del movimiento, quienes le otorgaron un espacio diferenciado y privilegiado dentro del mismo, fortaleciendo su condición e identidad en tanto comunicador y activista político. Así, fue convocado para realizar la campaña electoral, se incorporaba como integrante del movimiento a tiempo completo. En este punto, resulta pertinente rescatar que el activismo político apareció, en el discurso y en su trayectoria, como una de las actividades más valoradas por el actor, como una condición de vida que atravesaba su vida cotidiana desde la infancia. La actividad política puede identificarse como competencia pasional³ del actor, que afectaba las opciones realizadas en estudios, trabajo y relaciones de vida cotidiana en general. Así, el desempeño de prácticas comunicacionales contribuyó a que el agente se posicionara en un espacio que implicaba el reconocimiento y la posibilidad de ganarse la vida gracias a las competencias desarrolladas en su trayectoria: la militancia política y la comunicación. Como situaciones favorecedoras para el desarrollo de la actividad, se encontraban las competencias políticas y de comunicación del agente, él ya tenía relaciones con los jóvenes del barrio por actividades realizadas desde el centro vecinal, lo cual posibilitó que los jóvenes se sumaran fácilmente a la actividad propuesta. Asimismo, se obtuvieron recursos materiales gracias a redes de relaciones previas del agente, posibilitando que un vecino facilitara un espacio físico para las reuniones y

³ En la entrevista mencionó que “no podía” acercarse a otra organización que no fuera el partido justicialista porque sentía que traicionaba sus principios. Se acercó definitivamente a “Patria Libre” (luego Barrios de Pie) el día que los escuchó cantando la “marcha peronista” (del partido justicialista).

funcionamiento de la radio comunitaria. De otra parte, como obstáculos, se encontraron la escasez de materiales y recursos para armar la radio, revista u otro medio, no había buenas relaciones entre jóvenes, el espacio físico que les habían facilitado, fue ocupado posteriormente con otro emprendimiento (verdulería), trabajaban en condiciones muy precarias y había jóvenes que estaban realizando el colegio secundario, otros empezaron a trabajar y fueron alejándose. De esta manera, la radio dejó de funcionar, aunque quienes participaban quedaron como simpatizantes del movimiento y colaboraban en diversas actividades (pegatinas, marchas, etc), aunque no estuvieran militando formalmente en la organización.

Radio comunitaria “Rimbombante”

La radio comunitaria “Rimbombante” fue otro proyecto de comunicación popular comunitaria que surgió a partir de la propuesta de un miembro de MBP, quien a su vez, era director de la escuela de barrio “IPV de Argüello”, lugar en el cual se realizó la experiencia. La posibilidad de desarrollar la radio estuvo favorecida por dos instancias: a) la escuela contaba con equipo de radio, b) se intentaba llevar adelante un plan para que los niños que se habían desescolarizado, regresaran a los estudios. En este sentido, la práctica de comunicación también siguió preceptos de la escuela latinoamericana de comunicación, aunque en esta oportunidad, más allá de la participación de los sujetos en la construcción de su propia visión de la realidad, también fue utilizada como mediación para lograr otros fines comunitarios como incentivo para recuperar la escolarización y reinserción social. De esta manera, la experiencia se caracterizó por haber tenido que recurrir a otras “prácticas de comunicación mediadoras” que favorecieron el acercamiento e interés por la radio, entre ellas, estrategias como murgas (para generar interés y acercar a los jóvenes), reuniones grupales (cuando ya trabajaban pero surgían dudas o conflictos).

Como aliados a la propuesta, entonces, se encontraba la escuela como institución y programa provincial de reinserción escolar. Entre los opositores o resistencias, se identificaron –en primera instancia- los destinatarios de la propuesta, es decir, los jóvenes del barrio, hacia quienes hubo que presentar varias estrategias de acercamiento. En este mismo sentido, los promotores encontraron resistencias en instituciones o en miembros de la misma escuela que descalificaban a los jóvenes por su comportamiento y antiguas experiencias de vida cotidiana en el barrio o la escuela.

Para la organización, el desarrollo de esta práctica favorecía el desarrollo de político de la organización, más allá de los objetivos comunitarios antes expuestos. Se entendía que la radio posibilitaba el ingreso a un espacio social estratégico para trabajar políticamente y que permitiría construir procesos que posibilitaran a los

jóvenes insertarse y construir una nueva identidad frente a la comunidad que les permitiera reivindicarse. Finalmente, las posibilidades que ofreció la radio de acercamiento, trabajo y reivindicación de las personas, también generaron simpatías con el movimiento y, de acuerdo a lo expresado por el coordinador, muchos jóvenes iniciaron la militancia o participaron de actividades del grupo de jóvenes.

Si bien la propuesta de la radio surgió del director de la escuela, quien promovió la actividad fue un miembro de la organización con estudios en comunicación social y trayectoria en militancia política fuera y dentro de MBP. El agente tenía varios años de pertenencia y trabajo en el movimiento y desde el nacimiento del área se lo consideró parte de la misma, es decir ocupaba un espacio valorado por sus competencias. De acuerdo a las relaciones encontradas entre los objetivos, intereses y prácticas llevadas adelante por el agente, es posible pensar que había puesto el acento en la construcción de un espacio político-social de trabajo y que apostó a entender la radio como una herramienta de participación y construcción política ciudadana y al igual que las otras experiencias mencionadas, favorecedora de micro procesos de democratización de las posibilidades de comunicación. Es decir, procesos democratizadores limitados a nivel territorial y que sólo afectaba a políticas públicas, en tanto se solicitaba y disponía de fondos de la nación para fortalecer estos proyectos de comunicación.

Talleres barriales

Los talleres barriales realizados por otras áreas, como la de cultura o género, fueron recuperados como espacios y prácticas de comunicación porque posibilitaron el diálogo, la expresión de los sujetos y en algunos casos, funcionaron como mediaciones para la realización posterior de cortos audiovisuales. Es decir, el movimiento había propuesto talleres con objetivos que, si bien no eran específicamente comunicacionales, recurrieron a prácticas que fueron valoradas por los miembros por haber facilitado y generado instancias de expresión para sus miembros. Entre ellos, se pueden mencionar los talleres de género, de teatro y las reuniones para debates de periódicos u otros temas. Los talleres se desarrollaron en los barrios que los solicitaron o a los que ellos proponían, mientras que otras actividades -como las reuniones de debate- eran propuestas por las coordinadoras de los barrios al llegar la prensa nacional de la organización o cuando surgían temas que requerían discusión. Asimismo, el movimiento realizaba -en su sede, no en los barrios- actividades de formación y discusión sobre distintos temas como historia, política, derecho, entre otros, que también fueron reconocidas por los sujetos por haber sido facilitadores de conocimiento, debate y haber generado canales de expresión. Entre

los talleres mencionados, caben resaltar los de género que respondían al programa nacional “Juana Azurduy” generado y promovido especialmente por Cecilia Merchán y a nivel barrial, eran desarrollados y coordinados por agentes que poseían como característica compartida provenir de sectores populares y no poseer estudios universitarios (en otras áreas como salud, comunicación, cultura, etc. las actividades son desarrolladas por actores con estudios universitarios). De esta manera, las competencias de los actores puestas en juego, se relacionaban a la práctica política territorial y otras específicas sobre los temas desarrollados, que generalmente fueron adquiridas en el trabajo dentro del área a la cual pertenecían; por ejemplo, conocimientos sobre derecho, cultura, teatro del oprimido, género, etc. Más allá de la preocupación observada por el crecimiento y desarrollo de competencias, estas agentes, provenientes de sectores de escasos recursos, reciben una ayuda económica por parte de la organización, en reconocimiento por la labor realizada. En general, el principal obstáculo que se presentaba era reunir a la gente en cada barrio y animarlas a la realización de los distintos talleres. Los elementos facilitadores, han sido, generalmente, la disponibilidad de espacios que posibilitaran las reuniones y las competencias de las coordinadoras barriales para a) gestionar la reunión de personas y b) desarrollar y llevar a la práctica objetivos e ideas sobre los fines del movimiento y las tareas que desarrollaban.

Cortos audiovisuales

Finalmente, los “cortos audiovisuales” se realizaron para integrar las experiencias de grupos como los de género o alfabetización y ser utilizados como disparadores de trabajo en talleres posteriores. La propuesta surgió del área de cultura cuya coordinadora se encontraba en posición favorable para realizar propuestas y acceder a contactos o medios para ejecutarlas, por ser hermana de una de las máximas dirigentes –electa diputada nacional- y por haber sabido gestionar esa posición construyéndose una trayectoria de capacitación y trabajo constante en temas de cultura y gestión cultural. Los cortos realizados en el periodo señalado fueron “La voluntad” y “Yo si puedo”, su realización fue posible gracias a la colaboración de personal técnico, que también pertenecía a la organización y se encargaba de proporcionar y manejar las cámaras, etc.

Reorganización Área de comunicación: año 2008

Agencia de Noticias

La “agencia de noticias” surgió como práctica de comunicación innovadora, en un momento político a nivel nacional en el cual los medios de comunicación –en su mayoría- realizaban duras críticas al nuevo gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (2008) tras haber presentado la Resolución 125/08 de retenciones móviles a producciones agropecuarias, lo cual favoreció el enfrentamiento entre quienes estaban “a favor o en contra del campo”. En ese momento, las organizaciones y movimientos sociales, apoyaran o no al gobierno de Cristina Fernández, tomaban posición ante esa política que pretendía generar medidas de carácter redistributivo. El Movimiento Libres del Sur/ Barrios de Pie, en aquel tiempo, poseía su área de comunicación desmembrada y sólo se realizaban experiencias aisladas como la Radio Comunitaria Rimbombante. La organización, a pesar de haberse alejado del gobierno nacional, apoyó la Resol. 125/08 y advirtió la necesidad de generar discursos alternativos al que brindaban los medios de comunicación en ese momento. Fue así, que se propuso a uno de los integrantes iniciar el proyecto de agencia de noticias y reorganizar o reabrir el área de comunicación. De esta manera, la agencia de noticias incluyó entre sus objetivos, la generación de discursos alternativos, constituirse en fuente de información por otros medios; como también, articular y dar voz a organizaciones y movimientos sociales que no poseían canales de expresión o no eran atendidos por otros medios masivos de comunicación. Esta fue la primera práctica de comunicación destinada especialmente a los sectores medios y producida desde sujetos de clase media que poseían como competencias comunes el haber realizado o estar realizando estudios de comunicación, sin necesidad de estar militando en alguna organización, ni en MBP/LS. El agente responsable de organizar la actividad poseía estudios en comunicación social, pero no había realizado prácticas o experiencias de comunicación popular en los barrios y venía de varias experiencias de construcción de competencias de participación política, desde su ingreso a la universidad. Asimismo, resulta necesario agregar un aspecto sobre la competencia pasional del actor, quien manifestaba en diferentes oportunidades su apreciación sobre la necesidad de hacer llegar a la clase media el conocimiento de la realidad y de lo que ocurre en los sectores populares, como forma de “abrir la cabeza”. De esta manera, el agente gestionó competencias y relaciones dentro del ámbito universitario de la Escuela de Ciencias de la Información y se generó un grupo de trabajo para la agencia de noticias, con estudiantes y egresados que podían pertenecer - o no- a la organización. Favoreció la propuesta, de una parte, contar con el espacio de trabajo y reunión en la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba y por otro, la presencia de miembros del movimiento que, por sus competencias en la militancia y organización, contribuían al pragmatismo del trabajo y salir adelante

cuando era necesario. Finalmente, otro de los obstáculos mencionados fue la falta de fondos económicos que repercutió en falencias de tanto estéticas como de contenido.

Nueva revista “Barrios de Pie”

Una nueva revista “Barrios de Pie” surgió en el año 2009, aunque con un perfil diferente a la edición anterior, especialmente, porque en esta oportunidad ya no se trataba de una práctica de comunicación popular comunitaria, sino de difusión organizacional. Algunos miembros del movimiento consideraban que este había crecido en cantidad de miembros y que los nuevos integrantes no conocían bien los objetivos, ni los fines de la organización. Por este motivo, se elaboró la nueva revista “Barrios de Pie” Córdoba, como herramienta organizacional para transmitir y posibilitar el debate sobre la identidad, misión y objetivos del movimiento a sus miembros y a quienes no conocieran la organización y desearan saber sobre ella. La propuesta, producción e ideas surgían de un comunicador social u otros miembros dirigentes o coordinadores del movimiento; la publicación ya no consistía en una producción colectiva de comunicación popular comunitaria, como las que se habían intentado años anteriores en los talleres de comunicación popular barriales y por lo tanto, para los integrantes ya no consistía en una propuesta participativa y de construcción de ciudadanía. Favoreció su aparición, la propuesta del comunicador social quien se encontraba entre los organizadores del movimiento y contó con la aprobación del resto de los dirigentes o coordinadores para realizar el proyecto. El principal obstáculo que se presentó fue la necesidad de invertir para impresión, ya que se debían sacar fondos de la organización.

El trabajo político por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

Argentina contó con una Ley de Radiodifusión democrática que había sido sancionada por el Congreso Nacional en Octubre de 1953 durante el Gobierno de Juan D. Perón. Sin embargo, regía la Ley 22.285 impuesta en 1980 por Videla, M. Hoz y Harguindeguy y reformada con pautas neoliberales en el gobierno de Carlos Menem (Busso Néstor, 2011).⁴ En la década del noventa, como contrapartida de la profundización neoliberal, los nuevos actores políticos de la sociedad civil como ONGs, agrupaciones por la Democratización de la Comunicación, de Derechos Humanos y/o territoriales, entre otras, fueron incorporando debates sobre temas de comunicación. Los cambios tecnológicos abrían las puertas para pensar las dudas y nuevas posibilidades en debates y foros internacionales. A nivel mundial, el tema

⁴ Para ver un resumen de los antecedentes legislativos en comunicación en Argentina, ver (Busso Néstor, 2011, págs. 33-43)

comunicacional se instalaba en encuentros de distintas organizaciones, como en el Foro Social Mundial en 2001, la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información realizada en el año 2003 en Ginebra y 2005 en Túnez.

En Argentina, a partir de la recuperación democrática de 1983, se generaron debates sobre la necesidad de una nueva legislación de radiodifusión. Organizaciones y movimientos sociales crearon radios alternativas y/o comunitarias que funcionaban fuera de la ley, las “radios truchas”. En ese contexto, nació el “Foro Argentino de Radios Comunitarias” (FARCO), que en el año 2004 convocó a agrupaciones y sectores comprometidos para trabajar en la elaboración de una nueva ley (Busso Néstor, 2011). Fue así, que se originó un proceso en el que participaron grupos con coincidencias y diferencias políticas pero que, finalmente, lograron coincidir en establecer los 21 puntos, base de la futura Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Busso Néstor, 2011). En abril del año 2004 se invitó a la organización LS/MBP a participar en la discusión sobre la necesidad y propuestas para una nueva Ley de medios de Comunicación.

El caso de Movimiento Barrios de Pie/Libres Sur

Organizaciones Sociales, como el antecedente estudiado Movimiento Barrios de Pie/Libres Sur, desde sus inicios, tuvo la preocupación por trabajar la problemática de la comunicación, en relación varias instancias: 1) la visibilidad de “piqueteros”, en tanto consideraba que los medios le otorgaban un significado peyorativo, en contradicción con los objetivos de realizar tareas dignificantes que se habían propuesto los mismos, 2) las relaciones e interacciones con los medios masivos de comunicación 3) la imposibilidad de desarrollar medios de comunicación propios ante la Ley 22.285 que no otorgaba reconocimiento legal a los medios sin fines de lucro y 4) la falta de fuentes de financiamiento para poder subsistir. En Córdoba, una integrante de la organización MBP/MLS que había asumido la Dirección de Radio Nacional, promovió la Coalición por la Radiodifusión Democrática-Córdoba (Segura, 2011). Además, el movimiento contaba dos bancas obtenidas en la Cámara de Diputados en el año 2007 (Cecilia Merchán y Victoria Donda), que permitieron al movimiento jugar un rol protagónico en la causa de la ley. Igualmente, otros lugares políticos privilegiados como el de Jorge Ceballos de Libres del Sur al frente de la Sub Secretaría del Ministerio de Desarrollo Social que posibilitaba gestionar prácticas que instalaran el debate de la ley en distintos espacios y territorios del país. De esta manera, la organización contaba con actores situados en lugares estratégicos desde el cual podían incorporar y llevar adelante el debate y trabajo por una nueva ley de radiodifusión. Los agentes de MBP/MLS se situaban en una posición de poder y legitimidad desde la cual podían dirigirse a otras organizaciones o al mismo gobierno nacional. Desde allí, pudieron

impulsar y desarrollar el debate político en distintos ámbitos como el de la Coalición por la radiodifusión democrática- Córdoba, la Cámara de diputados e intentar la articulación con otros sectores, pertenecieran, o no, a la organización.

Las dos principales tareas de comunicación territoriales realizadas por MBP Córdoba en los años que se iniciaba el debate por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fueron los talleres de comunicación popular, una radio comunitaria y charlas con la Diputada Cecilia Merchán. Los objetivos planteados para esos talleres se relacionaban con la discusión de la concepción de comunicación, el rol y objetivos de los medios de comunicación de masas en vistas de su propiedad y el desarrollo de actividades tendientes a formar “corresponsales barriales” y medios de comunicación alternativos que no implicaran inversiones importantes. Sin embargo, los medios alternativos generados, no perduraron en el tiempo y tampoco se articularon suficientemente con las tareas por la nueva ley de comunicación. Los coordinadores de las propuestas, señalaban que resultado de estas actividades se vio marcado por la relación entre los intereses de los sujetos que habitaban en el barrio (destinatarios de la propuesta), y las necesidades y/o prioridades que debían atender.

Sin embargo, al analizar el *lugar* desde el cual los actores realizaban las propuestas de estos talleres, se encontró que se trataba de agentes, que si bien poseían formación e intereses en comunicación, se habían incorporado recientemente a la organización y el desarrollo de sus estrategias en la organización respondían más a ocupar lugares que resultaran importantes para la misma que el desarrollo y apuesta a las prácticas de comunicación como actividad que contribuyera a la formación de ciudadanía, transformación y “construcción de poder popular”, declarado por los agentes como objetivo prioritario. En el mismo sentido, la responsable del área, poseía competencias tanto en comunicación, como en trabajo comunitario. Era licenciada en comunicación social e inició tareas comunitarias desde su ingreso a la universidad y en Movimiento Patria Libre, la antecesora a MBP/LS. Incluso, señala que el trabajo territorial no estaba desarrollado en la organización, por lo tanto, formó parte de su construcción. Igualmente, ya había experimentado tareas barriales desde su escuela secundaria. Como comunicadora, logró ocupar un espacio privilegiado en la ciudad de Córdoba, ya que, al momento de desarrollo de la Coalición por la Radiodifusión Democrática, era Directora de Radio Nacional, sede Córdoba, y formaba parte de la Comisión Directiva del Círculo Sindical de la Prensa, como Secretaria Gremial. Estas competencias y su trayectoria en el campo profesional y político, le facilitaron ocupar un lugar valorado al interior de la organización, como ser la responsable del área de comunicación desde sus inicios y promotora de la CRD.

Sin embargo, su lugar de responsable y la tarea en la comisión, no se tradujo en trabajo permanente en los barrios, lo cual resulta comprensible, porque su objeto de lucha se encontraba en otro espacio que era el de discusión de la ley que no coincidía espacial y temporalmente con los territorios a los cuáles se deseaba hacer participar o transmitir la lucha.

A modo de conclusión

El análisis de este caso, en el que transcurren paralelamente la lucha política-social para instalar el debate sobre una nueva ley de radiodifusión y el desarrollo de actividades de comunicación comunitaria, salen a la luz a) el obstáculo de la falta de capitales materiales básicos (de supervivencia y para desarrollar los medios de comunicación), b) la prioridad de solucionar condiciones culturales relacionadas a la pobreza como violencia, drogas y delitos en jóvenes y c) el problema de las situaciones de poder relativo de los agentes, las cuales pueden favorecer –o no- el logro de objetivos comunes en la discusión política, e incluso de los objetivos particulares que orientaban las propuestas.

De esta manera, el movimiento pudo llevar a cabo e involucrar a otras organizaciones en el impulso y creación de la Coalición por la Radiodifusión Democrática, gracias a la situación de los agentes que ocupaban situaciones privilegiadas de poder relativo, como el directorio de Radio Nacional o bancas en la cámara de diputados; las cuales implican competencias en conocimientos, disponibilidad de recursos básicos como tiempo dedicado a esos fines y capacidad de gestionar esas competencias.

Sin embargo, y a pesar del rol transformador que representan las prácticas de comunicación –como expresaron las coordinadoras barriales- las dificultades se presentaron hacia el interior mismo de la organización. En este caso, no todos los agentes impulsores o participantes, se encontraban en lugares y situaciones de poder que no favorecían el desarrollo de las actividades de comunicación, ni la discusión política sobre una ley de radiodifusión.

Por otra parte, en los objetivos presentados en proyectos escritos o manifestados oralmente por los agentes impulsores de los talleres de comunicación, no se encuentran alusiones al tratamiento profundo del tema de la nueva Ley que estaba siendo el punto fuerte de discusión en comunicación a nivel nacional y con importante participación de MBP/MLS, como ya se había mencionado.

En los talleres barriales, si bien se observó que la discusión estaba orientada a esclarecer temas que rozaban a la ley cómo las concepciones de comunicación, el rol de los medios masivos, la visibilidad que se otorgaba a las organizaciones o movimientos sociales, al hacer mención a estos temas, no se los enmarcaba en el

contexto del debate de la ley; sino en lo las tradicionales concepciones de comunicación popular.

Para concluir, ante las dificultades que se observaron para el logro de los objetivos particulares de comunicación popular y de discusión política de la ley de radiodifusión, relacionadas a la disposición de capitales materiales, económicos o culturales; se abre la pregunta sobre cómo podrán ser salvadas para poder hacer uso de las nuevas posibilidades que ahora brinda la Nueva Ley de Radiodifusión; la cual otorga un 33% de espacio libre para estas organizaciones sociales y sin fines de lucro.

Bibliografía

- Bourdieu, P. (1997 (1999)). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona.: Anagrama.
- Busso Néstor, J. D. (2011). Antecedentes en Argentina. En B. N. comp., *La cocina de la Ley* (págs. 33-43). Buenos Aires: FARCO.
- Busso Néstor, J. D. (2011). *La cocina de la Ley*. Buenos Aires: FARCO.
- Costa, L. R., & Mozejko, D. T. (2009). *Gestión de las prácticas: opciones discursivas*. Rosario: Homo Sapiens.
- Segura, M. S. (Marzo de 2011). Las disputas por democratizar las comunicaciones: las tomas de posición de los actores sociales (Cba. 2001-2009). *Tesis Doctoral. Doctorado en Ciencias Sociales. Facultad de Ciencias Sociales. UBA. Córdoba, Córdoba, Argentina.*