

Intervenciones desde el Taller de Comunicación Comunitaria, 20 años de diálogo entre la Universidad y las organizaciones sociales

Lic. Nelson Cardoso
(Titular del Taller Optativo de Comunicación Comunitaria)

El siguiente texto fue escrito para exponer en las primeras *Jornadas de Comunicación e Intervención Social y Políticas*, organizadas por el ECI (Espacio de Comunicación e Intervención Social y Política) en la carrera de Cs. de la Comunicación de la Facultad de Cs. Sociales de la UBA¹.

El objetivo que guía estas reflexiones es recuperar, describir y analizar las prácticas (intervenciones) que se vienen desarrollando desde hace más de 20 años en el marco del Taller Cuatrimestral de Comunicación Comunitaria y, de manera articulada o correlativa, con el Taller Anual de la Orientación en Comunicación y Promoción Comunitaria.

Reflexiones que se enmarcan en un contexto de discusión y debate acerca de la reforma del plan de estudios de la carrera de Cs. de la Comunicación.

Es un primer avance de recuperación de las prácticas lo cual permitiría un análisis más completo, complejo y desde muchas otras aristas que presenta el caso, pero que exceden el sentido de este encuentro; por ello nos vamos a limitar a una la descripción y análisis que intentará dialogar con el contexto político de cada década.

Para la exposición elegí los siguientes ejes propuestos por los organizadores: Comunicación comunitaria ¿Qué cambios experimentaron estas nociones en las dos últimas décadas? ¿Qué acontecimientos y procesos históricos fueron determinantes en esa evolución a nivel nacional y regional?

La exposición se organiza de acuerdo al siguiente recorrido:

1. Introducción al Taller Cuatrimestral de Comunicación Comunitaria: trayecto en la carrera, en qué consisten las intervenciones: Trabajos de Campo (TC), su historia.

2. Etapas por las que atravesó el taller en relación al contexto socio-político nacional. Tipos de organizaciones donde se realizaban las intervenciones. Sus cambios de acuerdo al contexto.

Cómo fueron variando las demandas comunicacionales de las organizaciones en las intervenciones.

3. Algunos resultados y conclusiones

4. Desafíos a futuro.

¹ La Jornada se desarrolló el 3 y 4 de junio en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Aparte de quien suscribe, participaron del primer panel de apertura: Washington Uranga, Judith Gerbaldo y Viviana Minzi.

1. Introducción al Taller Cuatrimestral de Comunicación Comunitaria

El Taller Optativo Cuatrimestral de Comunicación Comunitaria, es una materia a mitad de la carrera donde los estudiantes pueden optar entre tres talleres: Taller de Periodismo, Publicidad y Comunitaria.

Es un taller “llave” que permite ingresar a las tres orientaciones terminales de la carrera que no son las presentadas por los otros talleres optativos, me refiero a las orientaciones de Políticas y Planificación de la Comunicación, Comunicación y Procesos Educativos y Comunicación y Promoción de las Actividades Comunitarias.

Lo cierto es que los estudiantes que optan por el taller, lo hacen, no tanto porque tengan definido su futura orientación a seguir, sino más bien guiados por un deseo de “probar algo novedoso y distinto a lo tradicional”. Y fundamentalmente atraídos por la propuesta (conocida) que ofrece el taller de realizar una práctica en una organización social (lo que denominamos Trabajo de Campo).

Desde que existe el taller (primera cursada de la cual fui un integrante, año 1989), con su titular de aquel entonces Jaime Correa quien fuera también el titular del TAO de Comunitarias y coordinador de la Orientación, se desarrolla esta experiencia práctica que significa la columna vertebral del taller.

El Trabajo de Campo es obligatorio y se realiza en equipos de estudiantes guiados por un docente.

La selección de las organizaciones donde realizar las prácticas son en algunos casos sugeridas por la cátedra (producto de acuerdos previamente hechos) y también propuestas por los mismos alumnos.

El taller es teórico/práctico. El objetivo no solamente es realizar una práctica comunicacional novedosa y por fuera de la Universidad, sino también conceptualizar dicha práctica. Es decir ir a la teoría desde la propia práctica. Desarrollar competencias analíticas de acuerdo a los procesos comunicacionales que presentan las organizaciones.

En el taller estudiamos acerca de la conformación del campo de la Comunicación Comunitaria, la metodología de intervención desde el marco de la Investigación Acción, el Diagnóstico Social y Comunicacional, la sistematización, la Planificación de proyectos de comunicación de manera participativa, el grupo, la Educación Popular y técnicas Participativas grupales, entre otros trayectos conceptuales.

Existe una profunda valoración de los estudiantes por este espacio y por la oportunidad que presenta de realizar una práctica en un contexto real y concreto: “salir de la burbuja universitaria al mundo”. Es una posibilidad o ejercicio de salir de la Universidad y posicionarse como comunicadores ante extraños por primera vez.

2. Etapas por las que atravesó el taller en relación al contexto socio-político nacional.

A lo largo de los 20 años de Taller de Comunicación Comunitaria, distinguimos tres etapas:

- 1º Etapa fundacional de la comunicación comunitaria (1986-1990)
- 2º Etapa de Neoliberalización de la comunicación (1990-2001)
- 3º Etapa de nuevas experiencias asociativas (2001- 2009)

1º Etapa fundacional de la comunicación comunitaria (1986-1990)

Contexto:

-1983: Recuperación del sistema democrático de gobierno.

-1985/86: Origen de la Carrera de Cs. de la Comunicación en la UBA, como consecuencia natural del proceso social, político, cultural democrático desde la Universidad Pública.

-Surgimiento de la carrera como hito fundacional de la institucionalización de la Comunicación Comunitaria. Primera carrera en el país que presenta una orientación para comunicadores/as comunitarios/as dentro de una carrera de Comunicación, mayoritariamente vinculadas al Periodismo.

-En 1987: Boom de libertad de expresión, expresada en las cerca de 3.000 radios “populares, libres o comunitarias” en todo el país.

-Surgimiento de redes de radios comunitarias: ALER (1972), AMARC (1983), ARCO (1988), luego devenida en FARCO (1991).

-1989: los primeros estudiantes de comunicación comunitaria realizan las primeras prácticas de campo en Radios Comunitarias en la Ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires.

Tipo de organizaciones donde se realizaban las intervenciones:

-Las intervenciones en el taller de comunicación comunitaria eran exclusivamente en Radios “Comunitarias”.

-En menor medida se realizaban experiencia en medios gráficos y televisivos locales y comunitarios.

-Experiencia en 1989 de transmisión experimental de TV desde el edificio de Marcelo T de Alvear de Cs. Sociales de la UBA.

Es una etapa de democratización de la comunicación.

Demandas de las organizaciones:

Entendemos la demanda como el acto fundador de toda intervención (A. Carballeda). Para los trabajos de campo partimos de las demandas comunicacionales planteadas por la organización. En tanto como visualizan los referentes de las organizaciones los temas, problemas y dimensiones del campo de la comunicación desde su organización.

-La comunicación estaba ligada a los medios de comunicación.

-Con una concepción instrumental de la comunicación (la comunicación como instrumento para la libre expresión, derecho a la comunicación, retejer el tejido social...).

-Se entendía a la comunicación comunitaria (local) como antagónica a la comunicación masiva.

Durante esta etapa, las intervenciones tenían un perfil de diagnóstico comunicacional con fuerte énfasis en el análisis de los procesos comunicacionales en las organizaciones (desde una perspectiva de la Filosofía del Lenguaje con autores como H.Maturana, Fernando Flores, B. Pearce, Austin, Searle, R. Echeverría, etc. Impronta dada por el mismo Jaime Correa, titular por entonces del taller.

2º Etapa de Neoliberalización de la comunicación (1990-2001)

Contexto:

-Profundización de políticas Neoliberales, Políticas de ajuste, Hiperinflación, privatizaciones, de los medios de comunicación. Concentración y monopolio de medios.

-Crisis del Estado Benefactor.

-Descreimiento en partidos políticos. Mayor credibilidad de la ciudadanía en el relato de los medios masivos. Democracia audiovisual. Fascinación por los medios.

-Época de crecimiento de las OSC (tercer sector) como nuevo actor político. Aparecen en agenda y en los medios de comunicación.

-Período de Neobeneficencia, la solidaridad desde una perspectiva liberal (individual).

La política a los pies del mercado.

-Etapa “apolítica”. “Sálvese quien pueda”.

Tipo de organizaciones donde se realizaban las intervenciones:

-Convenios con Programas o Direcciones del Estado Municipal: Periodismo y educación no formal de la ex secretaria de Educación del Gobierno de la CABA. Residencias Interdisciplinarias en Educación Para la Salud (RIEPS), GCBA. Centros de Salud Comunitarios del GCBA, Programa Juegotecas Barriales del GCBA. Programa Cultura en los Barrios, Club de Jóvenes, entre otros.

-Escuelas de educación Primaria y Media (algunas de ellas con orientación en comunicación social), realizando talleres, experiencias de radios escolar, periódicos escolares, videos, etc.

-Organizaciones sociales diversas: fundaciones, ONGs, organizaciones de base.

Demandas de las organizaciones:

-Se asociaba: Comunicación = Periodismo. Se reducía las prácticas de los/as comunicadores/as al periodismo: talleres de periodismo, tareas de prensa, confección de gacetillas, difusión, etc.

-Un profundo y marcado deseo de acceder a los grandes medios de comunicación como clarín, tv, radios. Necesidad de visibilidad y de posicionamiento. Había programas de televisión con secciones para mostrar el trabajo de las organizaciones, como era el caso de Desfile de Modelos, una sección para las ONG dentro del programa periodístico que conducía Jorge Lanata los domingos por la noche en América TV; al cual todos deseaban acceder.

-Mayor visibilidad y sustentabilidad. A la necesidad de hacerse conocer se sumaba la importancia de la sostenibilidad en el tiempo y cómo lograr autofinanciarse.

Cabe mencionar que, durante esta etapa, hubo propuestas de reformar el plan de estudios de la carrera, y existieron fuertes tendencias en cerrar la orientación o fusionarla con otras como el caso de Políticas y Planificación de la Comunicación. Es decir, fue una década en que la visión comunitaria estuvo mal vista y considerada anacrónica, hasta en el propio ámbito académico que le dio origen años atrás. Con los nuevos aires neoliberales, el campo de la comunicación comunitaria parecía desaparecer o no tener más cabida en los futuros trayectos curriculares académicos.

3º Etapa de nuevas experiencias asociativas (2001- 2009)

Contexto

-Crisis económica del 2001 en Argentina.

-Entra en crisis el modelo neoliberal más radical de economía.

-Aparecen nuevas organizaciones y movimientos de resistencia popular y alternativas al modelo imperante (Piqueteros, Movimientos de Trabajadores Desocupados).

-Comienzan a desarrollarse políticas de articulación del Estado con Organizaciones de la Sociedad Civil (Co-gestión, Gestión Asociada, Presupuestos Participativos, Consejos Consultivos, etc.).

-A partir de la reforma del artículo 45 del decreto de Ley de Radiodifusión de la dictadura militar N° 22.285, gracias a la movilización social realizada por la Coalición por una Radiodifusión Democrática y en el marco de discusiones y debates sobre la Nueva Ley de Medios de Servicios de Comunicación Audiovisual; se produce un fuerte auge en la creación, gestión y fortalecimiento de medios comunitarios, en especial radios de baja potencia.

-Articulación del Taller de Comunicación Comunitaria con Programas de Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Sociales, como por ejemplo el Programa de Capacitación y Fortalecimiento de las Organizaciones Sociales. Proyectos de Voluntariado Universitario impulsados por el Ministerio de Educación de la Nación, entre otros.

-2009: Aprobación de la nueva Ley de Medios 26.522.

Etapa con un sesgo más político, de incidencia en políticas públicas y fortalecimiento de proyectos y organizaciones sociales.

Tipo de organizaciones donde se realizan las intervenciones:

-Organizaciones asistenciales y de ayuda directa y de promoción y desarrollo.

-Movimientos de trabajadores desocupados, club de trueque, cooperativas, micro-emprendimientos, asambleas vecinales, empresas y fábricas recuperadas, comedores, copas de leche, grupos de teatro popular, Centros Culturales, Colectivos vecinales, Mutuales, asociaciones civiles, bachilleratos populares, movimientos por la vivienda.

-Proyectos de Radios Escolares.

-Proyectos de radios y canales de TV comunitarias impulsadas por asociaciones y centros culturales.

Demandas de las organizaciones:

-Fortalecimiento organizacional: apoyo y asistencia en proyectos de comunicación interna y mejora de la comunicación externa.

-Relación y fortalecimiento de lazos con la comunidad: diseño de estrategias de vínculos y relación con el barrio, sus organizaciones como con otros actores sociales territoriales.

-Capacitación en comunicación: diseño de talleres, cursos, programas en comunicación.

-Acompañamiento y asesoramiento en el diseño de estrategias y medios de comunicación propios: gráficos, radiales, audiovisuales, internet.

3. Algunos resultados y conclusiones

Resultados alcanzados...

-Valoración por parte de los estudiantes del taller porque permite “salir de la academia y enfrentarse a los contextos reales”. Los estudiantes de Comunicación luego de cursar durante varios años materias teóricas, encuentran que el Taller les ofrece la posibilidad de salir de la burbuja universitaria y la oportunidad de encontrar otro sentido al campo de un futuro profesional de la comunicación.

El decir el Taller rompe, con lo que denomino “síndrome de la “claustrofobia académica”. Este es un aspecto novedoso y por todos/as valorado.

-También hay una valoración muy positiva de los estudiantes respecto de la metodología del taller. No predicamos teóricamente sobre el taller: hacemos un taller, en tanto aprender haciendo.

Ya que no solamente ofrece una Práctica fuera de las aulas, sino que también reproduce esa metodología semanalmente en el dictado del taller, empleando dinámicas participativas, trabajando con experiencias prácticas, vivenciando la comunicación y trayendo a clase (ámbito reservado tradicionalmente a lo teórico) la experiencia del Trabajo de Campo para evaluar y analizar entre todos y todas.

El aula, entonces, se convierte en un lugar no sólo para teorizar, sino también para “hacer”, “reparar” y “producir” teoría nueva desde una experiencia de campo.

-Los/as docentes del Taller realizan semanalmente lo que denominamos tutorías o supervisiones de los Trabajos de Campo. Esto es, tener encuentros particulares con cada equipo de estudiantes para conversar, guiar y asesorar en cuanto al proceso que está siguiendo la experiencia. Dichas tutorías son muy bien valoradas. El docente aparece con una nueva figura y posicionamiento, distinto al tradicional teórico, sino más bien como guía, acompañante, tutor y facilitador de una experiencia práctica.

Algunas conclusiones...

-A diferencia de los comienzos (primera etapa), la comunicación comunitaria nos plantea hoy una diversidad de escenarios donde intervenir (tipos de organizaciones, con y sin relación con el Estado). No solamente el campo de la comunicación comunitaria se restringe a la radiodifusión de baja potencia en sectores populares.

-La comunicación es un campo amplio y abierto. Que posee su especificidad pero también es un campo auxiliar que se articula con otros campos disciplinares y por consiguiente atraviesa una pluralidad temática como por ejemplo: la diversidad de

género, problemática de migrantes, perspectiva de promoción de derechos, capacidades diferentes, comunicación y salud, identidades sexuales, etc.

-Creemos haber superado la primera etapa histórica donde las organizaciones consideraban y sentían que los estudiantes que intervenían, lo hacían desde una lógica de hacer “turismo revolucionario” (entendiendo por esto: usar a las organizaciones para sus fantasías políticas no cumplidas); pasando a una etapa de prácticas profesionales, con el fortalecimiento de la figura del comunicador/a comunitario/a sin perder de vista el componente político en cuanto al sentido de la intervención y de la profesión, orientado a la transformación social.

-Como consecuencia de los puntos anteriores, las intervenciones requieren de comunicadores con sólidas competencias teóricas y prácticas pero flexibles, no rígidos, que se “posicionen” y no que vayan con un rol preestablecido; con poder de escucha, negociación y generación de consensos.

Por este motivo, entre otros, es necesario reformar el Plan de Estudios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación. La Carrera lo demanda, la Universidad lo precisa y las organizaciones sociales lo necesitan y esperan.

4. Desafíos a futuro

-Democratizar las organizaciones: Creemos que no existe democracia plena sin organizaciones democráticas y sin sujetos democráticos. No podemos promover cambios sociales sin sujetos y organizaciones abiertas, plurales y democráticas. Tenemos como desafío para esta nueva etapa, diseñar estrategias y políticas que aporte o abone a una cultura de la cooperación, el diálogo, la escucha, promover la participación, el asociacionismo y el trabajo colectivo en red.

-La nueva Ley de Medios de SCA, es el piso desde donde tenemos que pararnos para promover una cultura democrática, pluralista y participativa; y no que reproduzcamos los mismos vicios (individualismo, monopolios, “sálvese quien pueda”, intereses mezquinos) desde el viejo decreto de Ley, pero ahora amparados por una normativa de avanzada y progresista.

-Las organizaciones sociales requieren de comunicadores “anfibia o todoterreno”, con conocimientos teórico/prácticos “útiles”. No podemos seguir reproduciendo una Universidad Pública que monologa sólo con el mundo académico y sirve solamente para abultar las librerías y bibliotecas. Necesitamos comunicadores/as que puedan comunicar y conectar el mundo académico o intelectual con el mundo de las organizaciones sociales.

-Nos hace falta sistematizar nuestras prácticas y producir nuevos conocimientos desde esas mismas experiencias.

Bibliografía de referencia:

Bráncoli, Javier (2010): Donde hay una necesidad, nace una organización, Ed. CICCUS y Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Carballeda, Alfredo (2000): La intervención en lo social, Paidós Tramas Sociales, Bs.As.

De Piero, Sergio (2005): Organizaciones de la sociedad civil, tensiones de una agenda en construcción, Ed. Paidós, Bs.As.

Enzetti, Daniel (2003): “Medios y Dictadura”, Ediciones La Tribu.

Escobar, Viviana (2011): *El comunicador comunitario y sus implicancias políticas: apuntes para la construcción de una identidad*, Apunte de cátedra Taller de la Orientación en Comunicación Comunitaria, carrera de Cs. de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales UBA.

Lois, Ianina (2008): *Comunicación Comunitaria y organizaciones sociales, un espacio para la construcción del otro*, Apunte del Taller de Comunicación Comunitaria, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Zvampa, Maristella (2010): El intelectual tiene que molestar, entrevista diario Tiempo Argentino, 08/08/10, Bs.As.