

Acciones comunicacionales con voluntad de incidencia pública (ACVIP): fundamentos y avances metodológicos

Año
2018

Autoras
Carlosena, María Angélica; Kenbel,
Claudia y Yañez, Paulina

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Carlosena, M. A.; Kenbel, C. y Yañez, P. (2018). *Acciones comunicacionales con voluntad de incidencia pública (ACVIP): fundamentos y avances metodológicos*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

Acciones comunicacionales con voluntad de incidencia pública (ACVIP): fundamentos y avances metodológicos

María Angélica Carlosena, Claudia Kenbel y Paulina Yañez (Departamento de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Río Cuarto)

Resumen

Desde el concepto de comunicación para la incidencia es posible reflexionar sobre procesos y prácticas colectivas emergentes en las organizaciones y movimientos sociales que tienen lugar en los contextos actuales de nuestros territorios. Varias de estas prácticas pueden estar naturalizadas, poco visibilizadas o identificadas. De allí que nos interesa reconocerlas, comprenderlas en su complejidad junto a las condiciones de posibilidad que las atraviesan. Como objetivo último promovemos la construcción de conceptos nuevos que aporten sugerencias, basadas en la experiencia, respecto a la forma de actuación que estos colectivos tienen en la atención de problemáticas o necesidades vigentes.

La comunicación para la incidencia pone énfasis en los procesos de cambio sociocultural, comunicacional y político en el espacio público. Este proceso se inicia desde las organizaciones sociales hacia el resto de la sociedad y el Estado como centro de decisiones en las políticas públicas. Y se une a demandas populares, comunitarias, con un sentido de acción política que busca ocupar espacios y participar en las agendas públicas sin perder autonomía y en pleno ejercicio de los derechos ciudadanos.

Este trabajo presenta un avance en la construcción de una metodología orientada a la sistematización de las acciones comunicacionales con voluntad de incidencia pública (ACVIP). La misma se basa en la experiencia de las autoras en el acompañamiento de trabajos de planeamiento de la comunicación en organizaciones sociales de la ciudad de Río Cuarto, así como también por la participación en redes y proyectos vinculados. Buscamos comprender qué buenas prácticas comunicacionales, en términos de procesos y resultados, han implementado las organizaciones en su trayectoria.

Palabras claves: comunicación para la incidencia-planeamiento- organizaciones sociales-guía de sistematización.

Introducción

La práctica como docentes e investigadoras en el campo de la comunicación en las organizaciones desde la perspectiva de la planificación, nos ha llevado a la continua reflexión acerca de las diferentes condiciones involucradas en estos procesos, como también a interpelar parte de la bibliografía existente sobre las temáticas y revisar la metodología utilizada en la producción de los trabajos prácticos de los alumnos.

Las características sociales, políticas, culturales y económicas propias del territorio en donde tienen lugar las prácticas de planificación de la comunicación en el ámbito de las organizaciones -realizadas en el marco de las cátedras de Planeamiento de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UNRC- y la inquietud o motivación por parte de los alumnos a la hora de elegir determinado tipo de organización social -identificadas por el reclamo o ampliación de derechos ciudadanos- para la realización del trabajo final de la materia, nos ha impulsado a buscar conceptos teóricos y metodologías de trabajo pertinentes a la compleja realidad que hoy se vive desde las organizaciones sociales que actúan en tal territorio.

En este trabajo se presenta un avance en la construcción de una metodología que orienta la sistematización de las “acciones de comunicación con voluntad de incidencia pública”, en adelante ACVIP. Esto implica producir conocimiento reflexivo a partir de las prácticas comunicacionales que los integrantes de las organizaciones desarrollan para incidir en las esferas sociales y políticas. Al mismo tiempo, se propone relevar el contexto de actuación de las organizaciones, sus características constitutivas y distintivas. De tal modo de poner en diálogo las variables mencionadas para comprender qué buenas prácticas comunicacionales, en términos de procesos y resultados, han implementado las organizaciones a lo largo de su trayectoria.

En una instancia posterior, la sistematización busca poner en circulación esta información con otras organizaciones sociales que en contextos similares, pudieran replicar algunas de las prácticas comunicacionales cuando se tiene la vocación de incidencia pública.

El trabajo consta de una primera parte conceptual donde damos cuenta de la construcción de términos como comunicación para la incidencia, cuáles son las características de las organizaciones sociales y lo que entendemos por planeamiento de la comunicación. Una segunda parte fundamenta conceptualmente la guía de identificación y sistematización de las ACVIP en el ámbito de organizaciones sociales

de la ciudad de Río Cuarto. La tercera despliega los avances metodológicos de la misma con presentaciones de casos y finalmente, las consideraciones y reflexiones a las que hemos arribado hasta el momento.

1. El proceso de comunicación para la incidencia

El concepto de “comunicación para la incidencia” permite reflexionar sobre algunos procesos y prácticas colectivas emergentes en las organizaciones y movimientos sociales. Este proceso, según Cicalese (2013), va siempre unido a las demandas de alguna iniciativa popular, comunitaria, es decir va desde las bases hacia el resto de la sociedad y el Estado como centro de poder en donde se toman las decisiones de políticas públicas. Tiene, por lo tanto el sentido de acción política, es decir, busca ocupar espacios y participar en las agendas públicas, siempre conservando la autonomía de sus reclamos o propuestas y en pleno ejercicio de los derechos ciudadanos.

De este modo, contempla dos dimensiones; a) una comunicacional en tanto visibilidad y sensibilización del sentido social de la problemática, y otra de tipo b) política, en tanto concreción de sus propuestas en distintos grados (a través de normativas, ordenanzas, leyes nacionales o provinciales) y en sus diferentes instancias de cumplimiento, modificación, creación, redireccionamiento, o impedimento.

Así, la comunicación para la incidencia es un proceso que pone énfasis en los cambios socioculturales, comunicacionales y políticos en el espacio público.

A su vez, el grado de concreción y de visibilidad de las problemáticas estará asociado a diversas posibilidades –internas y externas- que condicionarán las estrategias tanto en lo referido a su formulación como en la gestión de las mismas. En relación a las internas, alude a las capacidades o competencias de los miembros de las organizaciones para llevar adelante las acciones que se emprenden. Por su parte, las condiciones contextuales externas son propias de un determinado momento histórico. De allí la importancia de comprender el proceso y sus posibilidades, ubicándolo en una perspectiva del devenir que contemple su surgimiento y analizando la evolución en la relación entre el estado, la sociedad civil y las organizaciones a partir de un conjunto de aspectos vinculados a los modelos económicos, políticos y culturales de los distintos períodos.

Por lo tanto, para comprender un proceso de incidencia cabría relevar una serie de dimensiones contextuales en un espacio y un tiempo determinados. A partir de la

ubicación en tiempo y espacio del caso estudiado, se puede comprender que las formas de acción y las estrategias implementadas tendrán un modo particular de acuerdo a las competencias del grupo impulsor y cómo las lleven adelante, a la vez que interesa cómo esté instalada la temática o problemática sobre la cual actúa el colectivo social. Esto también determinará la sensibilidad social y el grado de concreción en el ámbito político.

2. Acerca de algunas configuraciones actuales de la planificación en las organizaciones sociales

La diversidad de figuras organizativas que tuvieron lugar en las últimas décadas combina por un lado, las formas tradicionales con denominaciones jurídicas tales como asociaciones, fundaciones, sociedades, cooperadoras, etc junto a otras modalidades surgidas recientemente. Tal el caso de los nuevos movimientos sociales que basan sus acciones en valores generales y universales, buscando el bien colectivo y con el propósito de dar respuestas a cuestiones vinculadas con el futuro de las sociedades (cuestiones de género, ambientales, identidad cultural, calidad de vida, desarrollo humano, etc.). Muchas de estas organizaciones tienen la particularidad de ser flexibles en sus estructuras, abiertas a la participación ciudadana, buscan involucrarse en la construcción de los asuntos públicos de manera colectiva, no solo reclaman ante el Estado por mejoras sociales sino también presentan propuestas con la intención de posicionarse, en algunos casos, como actores políticos activos en las definiciones de las políticas públicas que se generan.

Desde una perspectiva de derechos, estos colectivos sociales surgen en la esfera pública reclamando y proponiendo una salida a sus problemáticas desde una posición de autonomía, ampliación y construcción de nuevos derechos ciudadanos.

Este panorama tiene lugar en un contexto de nuevas configuraciones sociales y políticas que requiere de complejos y actualizados enfoques teóricos para entender tanto a las nuevas formas de organización social, como también los modos de participación ciudadana, los reclamos por el ejercicio de una nueva política, la concepción del desarrollo involucrada, la noción de bienes comunes o bienes públicos que se discute, la forma de entender a la comunicación, el uso de tecnologías, el rol que juega en el armado de redes y en la circulación de sentidos, entre otros factores. Todos ellos

condicionarán los procesos y los resultados alcanzados, tanto en el ámbito social como político.

Muchas de las prácticas realizadas que buscan tener incidencia pública pueden estar naturalizadas, poco visibilizadas o identificadas. De allí que reconocerlas, comprenderlas en su complejidad, en conjunto con las condiciones de posibilidad que las atraviesan, permitiría la construcción de conceptos nuevos que aporten respuestas, basadas en la experiencia, a la forma de actuación que estos colectivos tienen en la atención de problemáticas o necesidades vigentes.

Por último, sobre este punto, Carlosena destaca que a comienzos del siglo XXI hay una vuelta a la revalorización de la planificación en toda clase de organizaciones públicas, privadas o de la sociedad civil. Este proceso transcurre “con una orientación hacia concepciones estratégicas y fórmulas más participativas en sus distintas fases, tanto en la construcción de imágenes objetivo como en los planes para alcanzarlos y en su ejecución” (Lavalle, 2012 en Carlosena 2017: 77). Según Lira (2006) hace 50 años la planificación enfatizaba la racionalidad en la acción, hoy en cambio se aproxima más a un proceso comunicacional en el cual se involucra a distintos actores sociales con el fin de conseguir consensos sobre objetivos a seguir. Para Carlosena, “la planificación en el contexto descripto, con una impronta comunicativa, participativa y estratégica, tiene en el debate y consenso de la situación deseable por los diversos actores sociales, económicos y políticos, un desafío fundamental en materia de cambio social”. (2017: 82).

Estos son a grandes rasgos los conceptos teóricos de la comunicación para la incidencia en el marco de las organizaciones sociales y con objetivos finales de planificación, es decir, de orientar acciones y procesos a futuro y con horizonte de cambio social.

3. Guía de identificación y sistematización de las ACVIP en el ámbito de organizaciones sociales de la ciudad de Río Cuarto

Los conceptos presentados forman parte de los fundamentos que seguimos en las cátedras de planificación de la comunicación en organizaciones sociales. Constituyen además la base a partir de la cual elaboramos la guía de identificación y sistematización de las ACVIP en el ámbito de las organizaciones sociales de la ciudad de Río Cuarto.

Inicialmente nos y les propusimos a los estudiantes la identificación de estas experiencias, como primer paso para la planificación, pues compartimos la idea de que es necesaria la investigación para la acción y el cambio social. Toda intervención es una situación de aprendizaje e implica un modo de conocimiento, es decir de conceptos y de métodos.

Así, los estudiantes reconocieron organizaciones con voluntad de incidencia que trabajan temáticas relacionadas a la identidad de género (Mesa de la Diversidad), la producción de alimentos agroecológicos (Asamblea Río Cuarto sin Agrotóxicos), el desarrollo social en sectores vulnerables (Techo Río Cuarto) y la vinculación barrial a través de expresiones culturales diversas (Murga Mulato Mulé). En cada caso los estudiantes resaltaron, de modo incipiente, que estas organizaciones reunían características de incidencia en el espacio público de la ciudad.

El segundo paso luego de la identificación fue el de sistematizar¹, es decir, producir conocimiento reflexivo a partir de las prácticas comunicacionales que los integrantes de las organizaciones desarrollan para incidir en las esferas sociales y políticas de la ciudad. Ese es uno de los fundamentos metodológicos más importantes de la comunicación para la incidencia: se sistematizan prácticas y procesos ya realizados. Lo que implica que se cuenta con registros de distinto tipo - institucionales, orales, escritos, mediáticos- estén o no organizados por los colectivos. Se puede sistematizar y reflexionar sobre lo que aconteció.

Como partimos del supuesto de que la comunicación nunca ocurre en el vacío, se releva el **contexto de actuación** de las organizaciones, y algunas de sus **características constitutivas y distintivas**, además de los aspectos comunicacionales. De modo tal de poner en diálogo las variables mencionadas para comprender qué buenas prácticas comunicacionales (en términos de procesos y productos) han implementado las organizaciones a lo largo de su trayectoria y con qué objetivos de incidencia.

En una instancia posterior, la ampliación de las acciones comunicacionales implica que una vez sistematizadas, pueden ser compartidas con otras organizaciones y públicos con objetivos de incidencia y desde una perspectiva de derechos. Esto es;

“un tipo de comunicación que pone énfasis en que el proceso comunicativo siempre comienza desde abajo hacia arriba y va unido a demandas de alguna

¹ Sobre la sistematización seguimos los trabajos de Nirenberg (2013), Abatedaga (2014) y Uranga (2016)

iniciativa popular, comunitaria, de organizaciones, movimientos sociales, que tiene un sentido de enunciación que inicia o propicia un proceso de acción política que busca ocupar espacios y participar en las agendas públicas sin perder su autonomía, llegando a las esferas políticas de decisión, proponiendo temáticas y medidas ligadas a sus intereses con una clara vocación o intencionalidad de cambio socio cultural, comunicacional o político en el espacio público” (Cicalese, 2013 en Carlosena, 2017: 78).

En esta etapa nos encontramos trabajando actualmente.

Así, al entender al conocimiento como relación, y al priorizar el diálogo como modalidad para generarlo, es que se desprende la importancia de las instancias de encuentro entre los comunicadores y los integrantes de las organizaciones sociales. En síntesis lo que buscamos generar es conocimiento acción, conocimiento praxis, conocimiento reflexión para su replicabilidad en distintas instancias de incidencia pública.

¿Cómo lo hacemos? Combinando el conocimiento de la comunicación para la incidencia (supuestos teóricos) con los de la planificación estratégica (momentos).

El esquema general de la guía es el siguiente:

Momentos de la Planificación	Fases metodológicas para identificar acciones comunicacionales con voluntad de incidencia pública en el ámbito de organizaciones sociales
Momento normativo: ¿Hacia dónde vamos?	1- La realidad social como construcción conceptual 2. Escenarios prospectivos
Momento explicativo: ¿Dónde estamos?	1. Exploraciones en torno a la organización 2. Identificación y sistematización de las Acciones Comunicacionales con Voluntad de Incidencia Pública (ACVIP) según aspectos orientadores. 3. Condiciones de posibilidad de las ACVIP: Aspectos contextuales
Momento estratégico: ¿Cómo llegamos a dónde queremos ir desde dónde estamos?	Identificación de ejes estratégicos comunicacionales para fortalecer la incidencia pública Identificación de mínimos comunes argumentales que permitan la articulación de acciones y de organizaciones en pos de lograr incidencia política (estado) y social

	(sociedad civil) y considerando los escenarios prospectivos.
Momento táctico operativo: ¿Cómo lo hacemos?	Proyecto para poner en circulación y fortalecer las ACVIP en el medio.

Nos detendremos principalmente en los dos primeros, ya que los siguientes se encuentran en proceso de realización al tiempo de esta presentación.

Para favorecer la comprensión de la propuesta metodológica iremos presentando ejemplos de los abordajes realizados por los estudiantes en este transitar. A fines de aportar a esa construcción, tomaremos uno de los casos trabajados: “Mesa de la Diversidad”.

4. Momento normativo de la planificación en comunicación: ¿Hacia dónde vamos?

Este momento, identificado como el inicio del proceso de sistematización de las ACVIP, se fundamenta en el modo de comprender a la metodología apareciendo siempre en relación a un marco referencial conceptual. Es lo que llamamos el posicionamiento de los comunicadores en cuanto al modo de entender la realidad social como construcción conceptual. El ejercicio tiene el objetivo de introducir a los estudiantes, en tanto investigadores, en los términos principales de la problemática con la que trabaja la organización de interés. Por caso, acerca de la identidad de género, la violencia hacia las mujeres, el desarrollo social, los sistemas de producción de alimentos, aspectos de salud pública, por mencionar algunos.

Así mismo, el posicionamiento incluye a los aspectos organizacionales en los términos en que fueron mencionados en la primera parte del trabajo. Es decir, si se pueden comprender desde las categorías de nuevos movimientos sociales, si son organizaciones en un sentido más tradicional, cuales son las características en uno y otro caso.

Por último y quizás el aspecto más importante para el desarrollo del trabajo es la opción por las distintas concepciones de comunicación; para dimensionar las tradiciones en el campo de la investigación en comunicación y optar por aquellas formas de comprender el ámbito de actuación profesional poniendo el foco en distintas

dimensiones: comunicación como información, como movilización social, entre grupos, con los medios masivos, comunicación digital, etc.

Al marco referencial conceptual se vuelve en distintas partes del trabajo de identificación de las ACVIP, justamente porque se investiga la realidad, pueden aparecer relaciones y procesos que precisan de conceptos no considerados en primera instancia. Este marco no actúa como chaleco de fuerza, sino a modo de contar con elementos para indagar la realidad social y la comunicacional en particular como parte de las acciones de las organizaciones, sujetos de interés.

Si observamos el trabajo sobre la organización “Mesa de la Diversidad”, podremos observar algunos conceptos orientadores a la hora de pensar las futuras intervenciones. A saber:²

1) Núcleo referido a la temática/problemática con la que trabaja la organización.

Allí hablamos de:

- a) Diversidad sexual: supra concepto que busca referirse de manera inclusiva a toda la diversidad de sexos, orientaciones sexuales e identidades de género Nanzur (2017)
- b) Diferencias entre los conceptos de género y de sexo. Aquí retoman a Mora (2012): género es definido como la manera en la que la persona ejerce su sexualidad y que se presupone puede ser diversa. Por su parte, sexo, en cambio, es una variable biológica y genética que divide a los seres humanos en dos posibilidades: mujer u hombre.
- c) Igualdad de género: como principio jurídico universal reconocido en diversos textos internacionales sobre derechos humanos (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1979; Conferencias mundiales -Nairobi 1985; Beijing 1995-)
- d) equidad de género: Rodríguez Castro (2017) es quien afirma que se trata de crear estándares para aquellas oportunidades existentes y repartirlas justamente entre ambos sexos. Según el autor para que la equidad de género pueda darse han de

² Todos estos conceptos habilitarían largas discusiones teóricas, políticas e ideológicas. Aquí han sido incluidos tal como fueran citados en el trabajo cuya autoría es de Gabriela y Luciana Colombino, estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Departamento de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Río Cuarto. Cabe aclarar que el trabajo se encuentra en fase de realización y constituye un requisito formal para la aprobación de la cátedra de Planeamiento.

generarse dos circunstancias imprescindibles: igualdad de oportunidades y creación de condiciones para aprovechar estas oportunidades.

e) Derechos conquistados a partir de la sanción de ordenanzas/leyes:

A nivel local: Ordenanza que permitía la unión civil de personas del mismo sexo (2009) y a nivel nacional se mencionan dos leyes. La 26.743 (2012) popularizada como de “Identidad de Género” donde se reconoce el libre desarrollo de su persona conforme a su identidad de género, a ser tratada de acuerdo con su identidad de género y, en particular, a ser identificada de ese modo en los instrumentos que acreditan su identidad respecto de el/los nombre/s de pila, imagen y sexo con los que allí es registrada. Y la 26.618 (2010), conocida como Ley de Matrimonio Igualitario, que constituye una modificación del Código Civil Argentino y permitió la celebración del matrimonio entre personas del mismo sexo en nuestro país.

2) Núcleo referido al tipo de organización

- a) Organizaciones sociales: Teresita Vargas y Natalia Zapata (2010) remarcan que este tipo organizativo facilita el diálogo en el espacio público, además de ser dinamizador de la democracia. Para Carlosena (2017), constituyen órdenes negociados que son construidos, mantenidos y transformados por la interacción social.
- b) Perspectiva de derecho: Según Niremberg (2013), se trata de considerar que aquellos sectores excluidos de determinados bienes o servicios son titulares de derecho que obligan al Estado, tal el caso en que las autoras entienden al colectivo LGBT.

3) Núcleo relativo a los conceptos de comunicación

- a) Comunicación comunitaria: Según Carlosena (2015) tiene lugar en el ámbito de una comunidad y en las organizaciones populares, en donde los distintos actores intercambian de forma participativa y horizontal, ideas con el objetivo de organizarse y llevar adelante lo que consideran beneficioso para la comunidad.
- b) La comunicación entendida como puesta en común, como diálogo, una relación de ida y vuelta donde se revaloriza el derecho a la expresión para fortalecer la relación entre personas.

- c) Comunicación para la incidencia: tipo de comunicación que pone énfasis en el proceso que sucede de abajo hacia arriba, es decir, desde la sociedad hacia el Estado. Tiene un sentido de enunciación e inicia un proceso de acción política que busca ocupar espacios sin perder su autonomía. Llega muchas veces a la esfera política (Carlosena, 2017).

El abordaje metodológico optado por el grupo para la recolección de datos combina el análisis de contenido para dar cuenta de las redes sociales (digitales) y algunas herramientas del análisis de discurso para conocer referencias discursivas, argumentativas y particularidades de los mensajes. También se utilizó la observación participante para comprender la división de tareas, el liderazgo, las relaciones entre los miembros y la organización. Por último, fueron de gran utilidad las entrevistas (grupales e individuales) a los integrantes de la organización Mesa de la Diversidad.

4.1 Momento explicativo: ¿Dónde estamos?

Esta es el momento conocido comúnmente en los proyectos de planificación como de “diagnóstico” o “lectura esencial de la realidad” en términos de Daniel Prieto Castillo (1990). En la guía propuesta esta fase se desagrega en tres instancias:

- Una primera que llamamos “**Exploraciones en torno a la organización**” y que contiene aspectos vinculados a la denominación de la misma, momento fundacional, hitos o momentos destacados por sus integrantes como relevantes en la trayectoria de la organización. Y aquí subrayamos principalmente la identificación del objetivo institucional y de la problemática social que atiende, por considerarlos dos referencias a partir de las cuales identificar las ACVIP. Es decir, se trata de acciones comunicacionales que pretenden incidir en el espacio público en torno a ejes u objetivos convocantes que justifican, por su vez, las razones por las cuales colectivos deciden reunirse. También resaltamos que las ACVIP no ocurren en el vacío por lo cual el relevamiento del ámbito de actuación es fundamental junto a los aspectos señalados.

Volviendo al caso objeto de nuestro análisis, podemos dar cuenta de algunos datos que aportan en este sentido.

La Mesa de la Diversidad es una organización no gubernamental y sin fines de lucro cuya temática principal es la diversidad de género desde perspectiva de derechos. Surgió entre 2008 y 2009 como un espacio de alcance local y regional, integrado por

organizaciones, grupos y personas individuales que trabajan sobre la igualdad de derechos para todxs. Desde hace un año, tiene personería jurídica y cuenta con la figura de “asociación civil”, desde hace un par de meses tiene sede en la Casa Cultural Ckatakuna y la Casa LGBTI, ubicada en el macrocentro de la ciudad de Río Cuarto.

En el trabajo de las alumnas el presidente de la asociación afirma que el primer logro que tuvo esta organización fue la sanción de la ordenanza de Unión Civil de Río Cuarto y posteriormente, la Resolución por la Ley de Identidad de Género y el Matrimonio Igualitario (ejemplos de incidencia en el plano político). A su vez, en su página web, la Mesa se presenta como una organización que trabaja sobre la igualdad de derechos y oportunidades para todos y todas con el objetivo de promover la participación y el asociacionismo de la comunidad LGBT en la vida social y política del país para el pleno ejercicio de su ciudadanía.

Otros elementos de identificación en la guía se refieren a quienes son los destinatarios principales de las acciones de la organización, qué acciones realiza regularmente la misma y cuáles son las características de los integrantes del grupo impulsor (en términos de formación, implicancia en la organización, sexo, tiempo que están participando, edad) y roles que desempeñan. Finalmente, aspectos vinculados a la infraestructura disponible en términos de conocer si cuentan con los elementos necesarios para el desarrollo de sus objetivos o si bien se vinculan al estado u otras organizaciones para resolver este aspecto.

Respecto a estos puntos, La Mesa de la Diversidad define a su público principal como los miembros de los colectivos LGBTI de Río Cuarto. En las entrevistas, puede leerse: “Son estos sectores los que sufren constante discriminación por gran parte de la sociedad, por lo que muchas de las personas que conforman el LGBTI tienen dificultad de constituirse como sujetos de derecho. (...) A lo largo de estos años se ha logrado una igualdad jurídica aún no se llegó a una igualdad real”. (2018: 11) Con respecto a la infraestructura disponible, el trabajo de las estudiantes menciona que la sede de La Mesa de la Diversidad funciona hace un año en un centro cultural. Uno de los miembros de la Comisión Directiva cuenta que antes se juntaban en la casa del Presidente o en alguna plaza. Los integrantes de la Mesa expresan que si bien el tema de la plata es un tema a atender, “las mejores cosas las han logrado sin fondos”. A la hora de hablar de las actividades que realizan podemos agruparlas en dos categorías: periódicas y esporádicas.

Dentro del primer grupo encontramos: reuniones mensuales a las que se suman nuevos encuentros si están organizando un evento. Una actividad importante para ellos es el plenario que se realiza al comenzar el año y contempla los distintos objetivos y que se repite al terminarlo para evaluar aciertos y desaciertos. Otro rasgo diferenciador y sustantivo a los fines del trabajo es la constante elaboración de informes que contemplen estadísticas y realidades del colectivo. Muchas veces son estos informes los que nutren los proyectos presentados al Concejo Deliberante local.

Dentro del segundo grupo de actividades se encuentran: Jornadas de educación sexual en distintos colegios de Río Cuarto, visibilización de las dificultades laborales del colectivo LGBT, actividades que tienen por finalidad recaudar fondos para financiar su funcionamiento.

-Una segunda parte del momento explicativo alude a los **“aspectos orientadores para identificar a las ACVIP”**: Por caso, los contactos y las relaciones que establecen las organizaciones para el logro de las ACVIP. Si son contactos claves, si no, si posibilitan el conocimiento de la temática de referencia, o desarrollar acciones con incidencia política, búsqueda de financiamiento.

Otro aspecto lo constituye la “integración de actores para la construcción de sentidos”, es decir, la formación de redes organizacionales y la construcción de sentidos compartidos acerca de una problemática u objetivos de interés común.

En relación a la construcción de sentidos, cuales son las referencias discursivas, argumentaciones y particularidades de los mensajes que circulan destinados a la población y al Estado. Y en qué se sustentan las argumentaciones, por ejemplo en evidencia empírica, documentos de organismos internacionales, experiencias de otros lugares, discursos ideológicos, etc.

También se relevan aquí las modalidades comunicativas, los medios implementados por la organización para la participación en el espacio público, la incorporación, modalidades de uso y sentidos de las tecnologías de comunicación en las acciones cotidianas de la organización. Así como la visibilidad y reconocimiento de propuestas y/o reclamos realizados por la organización en el espacio público.

En este sentido, La Mesa de la Diversidad nos propone un rico abanico de acciones que habilitan la identificación de las ACVIP. A saber;

1. Nutrida agenda de contactos: la organización tiene comunicación con diversos actores sociales que presentan posturas políticas heterogéneas. La vinculación radica en la necesidad de trabajo conjunto con la agenda propuesta al comienzo de año por la Mesa. No se reúnen con cualquier actor. El reconocimiento y la experiencia permiten el contacto con los concejales, el Rector de la Universidad, el Intendente de turno.
2. Integración de actores para construir sentidos: A la hora de buscar sentidos compartidos con otros actores no emplean un discurso de confrontación. “Si hay diálogo, la Mesa logra construir sentidos para que los mismos actores sean conscientes de que todas las personas tienen el mismo derecho y que se deben realizar modificaciones tanto legales como sociales para lograr la aceptación” (2018:17)
3. Planificación anual de la agenda de trabajo. Al finalizar el año los integrantes de la Mesa evalúan lo realizado y comparan la agenda de trabajo inicial con las acciones que pudieron realizar. Tanto la planificación como la evaluación son acciones comunicacionales, es decir, experiencias positivas con voluntad de incidencia social y política. En este mismo sentido, la lectura del contexto es fundamental para la organización. Aunque el Presidente asegura que muchos de los logros fueron al “azar”, las acciones relevadas por las autoras indican que han sido pensadas, aprovechando al máximo el contexto, la posición cada vez más afianzada de la temática en la agenda social y los contactos que han ido logrando con los años.
3. **Ocupación del espacio público:** se produce mediante acciones directas diversas. Marchas (“que no son en contra de alguien (...) que tienen por fin visibilizar e informar sobre la problemática”); Izamiento de la bandera de la diversidad en distintos puntos de la ciudad y localidades vecinas reforzado por la presencia real en esos espacios repartiendo folletos, preservativos y banderas del LGBT; junta de firmas para hacer llegar un proyecto al Concejo Deliberante.
4. **Estrategia que tiene la organización cuando sale en los medios:** su presidente cuenta con una amplia experiencia en los Medios de Comunicación, lo que le permite desenvolverse con soltura. “Es capaz de llevar su discurso hacia lo que la organización desea transmitir sin permitir re preguntas y respondiendo de manera acotada” (2018: 18)

5. Finalmente las estudiantes valoran el grado de incidencia que tiene la organización en relación a sus acciones políticas y sociales. El trabajo resalta que los miembros de la Mesa están atentos al contexto ya que realizan una lectura del mismo. Esto se muestra, por caso, al aprovechar ciertas fechas como el Día del Orgullo Gay para realizar acciones políticas. Además otro factor fundamental es la competencia interna de los integrantes del grupo, sobre todo la capacidad de liderazgo de su presidente, quien está en la organización desde sus inicios.

Hasta aquí los procedimientos metodológicos involucrados son los de descripción y análisis de la información a los que se suma la interpretación de la misma a partir del posicionamiento del marco referencial-conceptual. Lo que se interpreta con los datos disponibles es justamente el grado de incidencia logrado en el ámbito social y político con las intervenciones realizadas por las organizaciones. Esta gradación puede leerse en términos de la conjunción de tres aspectos: a) la institucionalización de las acciones con voluntad de incidencia; b) la autonomía de la organización que lleva adelante las ACVIP cuando éstas trascienden al ámbito social y político y c) el reconocimiento en la perspectiva de los derechos ciudadanos.

-Por último en la identificación de las ACVIP participan las **condiciones de posibilidad en términos de los aspectos contextuales**: Tales aspectos se refieren a las competencias internas de la organización así como a las oportunidades del contexto.

En relación a las primeras, se trata de las aptitudes, los estilos de liderazgos y de conducción o coordinación, el tipo de gestión, las destrezas, los modos de resolución de conflictos, la apertura a la participación y los aportes desde la diversidad de conocimientos y experiencias; las capacidades para la construcción y la acción colectiva, la acumulación de experiencias y los valores convocantes que sostienen las prácticas. Así como también la capacidad de la organización para discernir escenarios sociales futuros diferentes, redefinir la práctica política implícita en las intervenciones sociales y la lectura o reflexión sobre el contexto, sus cambios y permanencias.

En relación a las oportunidades del contexto externo que posibilitan resultados significativos, nos referimos a la instalación previa del tema en el espacio público; el conjunto de acciones similares en su propósito implementadas desde otras instituciones;

y las variables políticas, económicas, sociales y culturales involucradas e influyentes en cada período de lectura de la realidad.

En este aspecto, y siguiendo su correlato en el caso objeto de este trabajo, podemos poner en relieve algunos aspectos:

-) Un liderazgo claro y carismático de quien es hoy presidente de La Mesa de la Diversidad. Su reconocimiento como dirigente/referente de la diversidad sexual dentro y fuera del colectivo LGBTI.
-) Trayectoria y reconocimiento de la organización por su presencia sistemática desde hace 10 años en la lucha por el reconocimiento de la diversidad sexual.
-) Lectura permanente del contexto, local y nacional. Planificación y reconocimiento sobre cuándo y cómo intervenir en el espacio público.

A medida que las alumnas fueron realizando la recolección de datos en torno a la guía, también relevaron los objetivos hacia los cuales se dirige la organización y sus ejes orientadores de futuro para construir comunicacionalmente el horizonte de la misma. Lo que llamamos en la guía los escenarios prospectivos. Estos elementos potenciadores de futuro son la bisagra a los momentos de la planificación llamados “estratégico” y “táctico operacional”. Lo que se busca finalmente es planificar cómo potenciar las ACVIP para fortalecer a la organización en futuras intervenciones, así como avanzar en una especie de “inventario” o banco de buenas prácticas comunicacionales que dé cuenta del movimiento de los colectivos sociales que trabajan cotidianamente en la perspectiva de los derechos en el ámbito de la ciudad de Río Cuarto.

5. Dificultades y potencialidades de la identificación y sistematización de las ACVIP

Si bien a los fines del presente trabajo desagregamos principalmente uno de los casos, hemos avanzado en el análisis y acompañamiento de otras experiencias. Por caso, el **Centro Cultural Mulato Mulé** es una organización social, territorial, cultural y comunitaria que busca transformar la realidad de los jóvenes que la integran a través de la expresión artística. Tiene como horizonte la participación plena y activa de sus integrantes en la generación, discusión y puesta en práctica de ideas y acciones, que

apunten a la satisfacción de las necesidades de las comunidades barriales en pos de la transformación social para una vida digna.

O el caso de la **Asamblea Río Cuarto Sin Agrotóxicos** que en un camino similar al de la Mesa de la Diversidad, lleva aproximadamente una década de trabajo ininterrumpido en la ciudad de Río Cuarto. Primero como colectivo que buscó detener la instalación de la multinacional MONSANTO en la ciudad, logrando su cometido y actualmente, a favor de una propuesta de cinturón agroecológico para la producción de alimentos libre de agrotóxicos.

En estos y otros casos relevados, parte de las interpretaciones buscaron identificar los tipos de incidencia, diferenciando aquellas acciones políticas de las sociales. Como ejemplo de las primeras mencionamos la sanción de ordenanzas y como ejemplo de las segundas, la instalación del tema en la agenda pública o acciones que buscan llevar las preocupaciones de la organización a la sociedad civil sea mediante charlas, presencia en lugares públicos, relación con los distintos niveles educativos. Otro aspecto importante a resaltar es el vínculo que estos colectivos tienen con los medios masivos de comunicación; en algunos casos hay una búsqueda por estar en los medios y en otros no necesariamente, se acude más bien a las redes digitales y el contacto cara a cara. Los datos relevados hasta el momento por los alumnos y por nosotras en la orientación y seguimiento de estos y otros casos son promisorios en la perspectiva de la comunicación para la incidencia, en la posibilidad de avanzar hacia conceptos sensibilizadores que en el futuro sean útiles para los estudiantes en sus relevamientos. Así como también en la planificación de la comunicación y el rol de los comunicadores.

Por último y no por ello menos importante, están las dificultades que se presentan cuando se hace camino al andar. Entre ellas mencionamos el acceso a fuentes diversas dentro de las organizaciones para valorar las ACVIP (es decir, además de los integrantes de los colectivos, dialogar por caso con sus públicos y destinatarios principales); también está la cuestión que entendemos se podría ir trabajando paulatinamente en relación a los marcos referenciales conceptuales. Pasar de conceptos marcos como “comunicación para la incidencia” a conceptos de término medio que permitan leer más claramente las acciones implementadas por las organizaciones. Finalmente y unido a las nuevas formas organizativas que adoptan los colectivos en la actualidad, está el tema de valorar la trayectoria de las mismas con respecto a ciertas temáticas; esto es que por el hecho de ser asambleas o formas más horizontales de toma

de decisión, la búsqueda de datos varía respecto a entrevistar a un presidente de asociación o a los miembros de una cooperadora. Estas formas organizativas novedosas nos obligan a repensar los modos en que abordamos conceptual y prácticamente a las organizaciones desde nuestro campo de conocimiento.

Bibliografía

- Abatedaga, Nidia y Siragusa Cristina (compiladoras) (2014). *IAP investigación-acción-participativa: metodologías para organizaciones de gestión horizontal*. Córdoba, Argentina: Brujas.
- Carlosena, María Angélica (2017). *Comunicación, organizaciones sociales e incidencia en políticas públicas. Condiciones de posibilidad de un modo asambleario local desde el estudio de caso* (Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales Inédita). Universidad Nacional de Río Cuarto, Río Cuarto.
- Cicalese, Gabriela y Rinaldi, Liliana (2013). “Incidencia y Buenas prácticas”. En *Comunicación para la Incidencia*. Cuadernos del Equipo del Centro de Comunicación La Crujía. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Colombino Gabriela y Colombino Luciana (2018). *Trabajo Final de Planeamiento (6158)*. En Proceso. Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Humanas. Universidad Nacional de Río Cuarto.
- Niremberg Olga y otros (2003). *Programación y evaluación de proyectos sociales*. Buenos Aires, Argentina: PAIDOS.
- Niremberg, Olga. (2013). *Formulación y Evaluación de intervenciones sociales*. Buenos Aires, Argentina: Noveduc.
- Prieto Castillo, Daniel (1990). *Diagnóstico de la comunicación*. Quito, Ecuador: CIESPAL.
- Uranga, Washington (2016). *Conocer, transformar, comunicar*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Patria Grande.