

Prácticas de comunicación ciudadana del Grupo Amigos Albinos de Córdoba en espacios públicos y mediáticos de la ciudad de Córdoba

Año
2018

Autora
Ludueña, Carla Gisella

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

Ludueña, C. G. (2018). *Prácticas de comunicación ciudadana del Grupo Amigos Albinos de Córdoba en espacios públicos y mediáticos de la ciudad de Córdoba*. 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



XX° Congreso REDCOM

Eje temático de la mesa: Comunicación Popular y Comunitaria

Autora: Lic. Carla Gisella Ludueña carla.fem15@gmail.com

Ponencia: “Prácticas de comunicación ciudadana del Grupo Amigos Albinos de Córdoba en espacios públicos y mediáticos de la ciudad de Córdoba”

Resumen

El presente trabajo es una síntesis del Trabajo Final para la Licenciatura en Comunicación Social llamado “Otras Formas de Ver. Prácticas de comunicación ciudadana del Grupo Amigos Albinos de Córdoba en espacios urbanos y mediáticos de la ciudad de Córdoba. De un estudio exploratorio a una producción audiovisual”¹. Realizado por Carla Ludueña, dirigido por Ana Piretro.

En este marco realizamos un estudio exploratorio-descriptivo, cuyo objetivo fue conocer cuáles y cómo son las prácticas de comunicación ciudadana que despliega el “Grupo Amigos Albinos de Córdoba”², orientadas al cuidado de la salud y la promoción de derechos, en espacios públicos y mediáticos, en la ciudad de Córdoba. Abordamos mediante la construcción de un marco teórico conceptual y su articulación con el trabajo campo la noción de práctica de comunicación ciudadana, como práctica política; que se pone en juego a través de la participación y la interacción de los sujetos en el espacio público urbano y mediático. Esta investigación se llevó a cabo desde un enfoque socio cultural con una lógica cualitativa.

¹ El Trabajo Final se encuentra disponible en el repositorio de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC)

² De aquí en adelante usaremos la sigla GAAC

Se retomaron aportes de la etnografía y se realizaron observaciones y entrevistas a integrantes del grupo.

Además, este trabajo implicó la realización audiovisual de un producto comunicacional. Generamos un cortometraje en el que apelamos a elementos de la ficción para reconstruir las vivencias de una persona albina.

Ambas instancias se enfocaron a contribuir a la visibilización del grupo, en su búsqueda de la titularidad de derechos, en tanto esta organización procura -a través de sus prácticas de comunicación ciudadana- colectivizar sus demandas. Así mismo, buscamos realizar un aporte en tanto construcción de conocimiento, respecto de la relación entre albinismo y prácticas de comunicación ciudadana.

Palabras clave:

Albinismo- Prácticas de comunicación ciudadana-Espacio público urbano y mediático- Cuidado de la salud y promoción de derechos-

A modo de introducción

En esta ponencia presentamos una síntesis del Trabajo Final realizado para la Licenciatura en Comunicación Social, llamado “Otras Formas de Ver: prácticas de comunicación ciudadana del Grupo Amigos Albinos de Córdoba en espacios públicos y mediáticos de la ciudad de Córdoba. De un estudio exploratorio a una producción audiovisual”. Realizado por Carla Ludueña con la Dirección de Ana Piretro.

Trabajamos en dos instancias. Por una parte, la investigación y por otra, una producción audiovisual. Ambas se enfocan -entre otros aspectos- a contribuir a la visibilización del grupo, en su búsqueda de la titularidad de derechos, en tanto esta organización procura -a través de sus prácticas de comunicación ciudadana- colectivizar sus demandas. Así mismo, se

buscó realizar un aporte en tanto construcción de conocimiento, respecto de la relación entre albinismo y prácticas de comunicación ciudadana.

En esta oportunidad haremos referencia a la dimensión de la investigación. Orientó este estudio la siguiente pregunta: *¿cuáles y cómo son las prácticas de comunicación ciudadana, orientadas al cuidado de la salud y a la promoción de derechos de personas albinas, que despliega el “Grupo Amigos Albinos Córdoba” (GAAC) en espacios públicos urbanos y mediáticos en la ciudad de Córdoba?*

A partir de la construcción del objeto de estudio y de la formulación del citado interrogante planteamos el siguiente objetivo general:

1. Indagar acerca de las prácticas de comunicación ciudadana, vinculadas con el cuidado de la salud y la promoción de derechos de personas albinas que desarrolla el GAAC, en espacios públicos urbanos y mediáticos en la ciudad de Córdoba.

Para el abordaje de este objeto planteamos la construcción de un marco teórico conceptual a partir de los aportes de diversos autores.

Nos acercamos conceptualmente -como marco general- a las nociones de comunicación y organización. Así mismo, para profundizar el abordaje, hicimos referencia a ideas-que se presentan a continuación- para pensar cómo procesos, modos y prácticas del GAAC, se constituyen en “lugares” propicios para la construcción de ciudadanía y participación en el espacio público urbano y mediático de la ciudad de Córdoba.

Tanto en Argentina, como en gran parte de Latinoamérica, las organizaciones sociales han ido tomando fuerza en contextos adversos y de tensión marcados por diversas crisis. En este marco, la presencia de un Estado portador de imágenes colectivas queda desdibujado y parece hacerse incapaz de contener a los individuos en un espacio de construcción común (Mata, 2012). Es aquí cuando las organizaciones ingresan con mayor impulso a la esfera política, como señala Hopenhayn (2001), sin la necesidad de pasar a formar parte del sistema político

tradicional, ni de operar con racionalidades políticas canonizadas. Aunque, con el paso del tiempo, en el desarrollo de ciertos procesos diversas organizaciones entablen vínculos estrechos con los espacios estatales.

Para pensar algunos aspectos de ese contexto se retomó la noción de “*crisis cultural*” en tanto que permite comprender aspectos nodales del objeto de estudio. Sobre este concepto Grimson (2015) indica que este tipo de crisis se produce cuando:

“el automatismo de la vida cotidiana se interrumpe en alguna dimensión crucial. Entre esas dimensiones cruciales puede estar la vida urbana, la vida económica, la vida política y los sentimientos comunitarios de pertenencia. En este último aspecto, una de las modalidades de la crisis cultural es la crisis identitaria de una sociedad”. (Grimson, 2015, pp. 140-160).

Desde esta perspectiva reflexionamos a cerca de los modos en los que organizaciones sociales se configuraron en este marco de crisis cultural. Dicha configuración se articuló con el fin de lograr “*voz audible y visibilizar lo invisible*” (Hopenhayn, 2001), de articular demandas e intereses comunes de distintos grupos sociales (Lois, 2010). Es así que, a través de las organizaciones, sus miembros se fueron conformando en sujetos de lucha y construyeron y/o reconstruyen sentidos relativos a la propia identidad y a esas demandas. En este sentido, se entiende que es posible concebir al GAAC en términos de organización, puesto que en el grupo observamos un modo de organización y práctica política que implica la necesidad de articular acciones en red (Segura, 2014). De esta manera, se puede pensar que desde los márgenes quienes la conforman desarrollan prácticas y “*experiencias tendientes a pensar, construir y vivenciar relaciones sociales alternativas a las hegemónicas*” (Lois, 2010, p.9).

Este abordaje teórico-conceptual, entramado a partir de aportes de diversos autores, nos permitió construir una óptica particular para observar, describir y analizar las maneras en las que el GAAC fue entrelazando sus prácticas de comunicación ciudadana, en un entorno que

podría caracterizarse como de crisis cultural, para encontrar respuestas a sus demandas disputando un lugar y apostando a ganar visibilización en los espacios públicos urbanos y mediáticos de la ciudad de Córdoba.

Para poder abordar la pregunta de investigación propuesta y dar curso a acciones que permitieran el logro de los objetivos planteados, adoptamos un enfoque socio-cultural -como se mencionó anteriormente-. Entendemos por enfoque un modo determinado de construcción de conocimiento en el que confluyen y/o se interrelacionan ciertas concepciones del mundo social, con fundamentos teóricos (Achilli, 2009). Optamos por este enfoque considerando que el abordaje del objeto de estudio de este trabajo implica la aproximación a significaciones asociadas con las prácticas de los sujetos dentro de la organización, prestando especial atención a aquellas vinculadas con la comunicación ciudadana. Es por ello que consideramos oportuno retomar aportes de la perspectiva etnográfica, a partir de Rockwell (2009) para la realización de tareas de indagación y lectura de datos.

Así es que, las estrategias puestas en juego para la recolección de información fueron observación participante y la entrevista.

Pusimos en práctica la observación participante en los escenarios donde el GAAC llevó a cabo sus encuentros, una de las actividades más significativas que desarrollan como organización. Así mismo realizamos entrevistas a cuatro integrantes del grupo, dos de ellos referentes de la organización.

Llevamos adelante el análisis de datos, mediante la sistematización los registros. Esta tarea implicó la construcción de una descripción que permitió acceder a “cierta parte del proceso estudiado, nunca de todo” (Rockwell, 2009,p.65). En ese sentido, fuimos trabajando en la articulación de esos registros y de las categorías allí identificadas con conceptos presentes en el marco teórico. En relación con la concreción de estas operaciones, Rockwell (2009) nos indica:

“(…) El trabajo de análisis etnográfico debe conducir a la construcción de nuevas relaciones conceptuales (…)” (Rockwell, 2009, p.65). Tal es así que luego del trabajo de campo y del proceso del análisis de datos nos permitieron llegar a varios ejes.

Desarrollo

A continuación haremos referencia de manera sintética, a tres ejes del análisis de la investigación en consonancia con el eje temático que convoca la mesa.

Eje 1-Las asimetrías contextuales y el GAAC como constructor de la “nueva” ciudadanía en el espacio público

Para analizar de qué maneras las situaciones de crisis habilitaron la aparición en modos de agrupamiento social que, posteriormente, llevaron a la transformación de espacios públicos y mediáticos del país y a los modos de participación que emergieron a partir de las prácticas; es relevante reflexionar acerca de los contextos marcados por la agitación y malestar social.

Estos grupos han sabido ensamblar sus demandas en torno a prácticas de comunicación ciudadana y han irrumpido en diversos espacios públicos a fin de procurar negociaciones con quienes ejercen poder para poder así concretar la manifestación y consideración de sus demandas; y, en algunos de estos casos, obtener respuestas respecto de ellas.

En el caso del GAAC, es preciso señalar que esta organización se constituyó desde la periferia y se conformó como un espacio común para el encuentro con otros, con la capacidad de ser una instancia en la que quienes lo constituyen puedan pensarse y posicionarse como sujetos de lucha. Esto llevó al grupo a emprender un trabajo en red con el objetivo de lograr ostentar de la titularidad de sus derechos. Al mismo tiempo, la construcción de prácticas de comunicación ciudadana, por parte del GAAC, se realizó desde lugares asimétricos. Es aquí, desde esta posición, desde donde comenzaron a tejerse estos sujetos de lucha que hacen a “identidades culturales cuyo potencial de emancipación no podría ser universal, sino que radicaría en el juego

democrático de las diferencias” (Hopenhayn, 2001, p. 118). Se trata de una “nueva” ciudadanía o nuevas formas de ser ciudadano/a que radica en retomar y potenciar alternativas que permiten visualizar las asimetrías; “lo universal serían las reglas del juego que otorgan visibilidad a tales diferencias” (Hopenhayn, 2001, p. 118). En este sentido, la organización construyó/construye su identidad y su participación a partir de la aceptación de la ausencia de igualdad y, desde allí, se asumió como espacio que pretende participar en las disputas conociendo que está situado en un lugar de menor poder frente a los medios y al Estado (Segura, 2008), pero sin dejar que este aspecto se torne en una imposibilidad de desarrollo de prácticas y proyectos comunes. En este sentido, cuando hacemos referencia a la idea de una “nueva” ciudadanía, retomamos aportes de Hopenhayn (2001) que brindan -en este caso puntual, como en otros- la posibilidad de pensar que “la ciudadanía se asocia a mecanismos y sentimientos de pertenencia del individuo a una comunidad o nación, y a la participación de los sujetos en la ‘cosa pública’ y en la definición de proyectos de sociedad”. (Hopenhayn 2001, p.117). Así, los relatos reunidos en el trabajo de campo permiten señalar que el grupo como organización y los sujetos que en él participan van comprendiendo/discutiendo la idea de que “son ciudadanos aquellos que manifiestan interés efectivo en los asuntos públicos, es decir que traducen una condición potencial en alguna forma de actividad, aunque sea tan sólo la de constituir opiniones publicitadas” (Mata, 2006, p.9). Porque se es ciudadano al participar en el espacio público. (Segura,2008).

Finalmente, y como mencionamos, esta forma de construir ciudadanía -en palabras del autor- vuelve a escena aunque no “en el ámbito de la participación política” solamente, sino “en una gran variedad de prácticas de asociación o comunicación en la trama social que no necesariamente confluyen en lo público-estatal” (Hopenhayn, 2001, p.119). De este modo, el GAAC, se configura como un espacio marcado tanto por relaciones recíprocas como por tensiones -entre sus miembros- que disputan lugares visibles en la sociedad.

Por esto, reflexionar en torno del valor que los grupos le confieren al espacio público con el propósito de hacer visibles estos reclamos y al mismo tiempo dar a conocer sus propuestas, aporta un entramado atractivo que proporciona elementos para concebir a la ciudad ya no como escenario para habitar, y trabajar sino como punto común de apropiación de las luchas sociales (Canclini, 1996). La ciudad, entonces, se reordena y se comprende en relación a los procesos sociales porque “la ciudad se vuelve metáfora de la sociedad de la información y comunicación: transformación de lugares en espacios de flujos y canales” (Castells, 1983 en Canclini ,1996 p.9)

Eje 2- La organización: entre rostros, telarañas virtuales y medios

El GAAC es una organización, en tanto entendemos que se trata de “un marco de referencia, un conjunto de expectativas compartidas” (Etkin, 2009, p. 27). Así mismo, observamos que se conforma y se lleva adelante una serie de estrategias de comunicación “a partir de una construcción común, no impuesta desde arriba sino tejida desde lo cotidiano (...)” (Kaplún, 2007, p. 35). Así, cobra existencia palpable la idea según la que lo comunicativo opera como una dimensión de la vida, de las relaciones humanas y socioculturales. Ese proceso comunicativo constituye una oportunidad irremplazable para “el reconocimiento de la existencia de sujetos que se relacionan entre sí dinámicamente” (Kaplún,2007 p. 37). Esto permite pensar que mediante dichas estrategias, los miembros del GAAC “se interpelan intersubjetivamente” al tiempo que van interpellando/convocando a otros sujetos y organizaciones sociales (con mayor o menor nivel de funcionamiento formal). (Alfaro, 1993, p. 28).

Así, el GAAC se conforma como un lugar de utopías (Loís, 2010), de construcción común de acuerdos -aún en la disputa que es generada y/o genera desacuerdos-.

La comunicación aparece como proceso facilitador de un caudal de acciones que permiten definir los intereses y la pertenencia de los miembros del GAAC, incluyendo la propia conformación de este espacio.

Al llevar adelante un extenso conjunto de estrategias de comunicación -el GAAC- determina relaciones dentro y fuera de sus límites.

La comunicación se expresa en múltiples ámbitos y juega un papel determinante para la consecución de acciones y estrategias que se asumen como grupo y así mismo, define el modo de interacción con otras agrupaciones sociales, a partir de la realización de actividades de manera conjunta. Comparten el espacio público, enuncian un mensaje de peticiones y luchan para el reconocimiento estatal y del conjunto de la sociedad. De esta manera, esas actividades confluyen como prácticas de comunicación ciudadana.

En otro aspecto, dentro de la organización la comunicación une las experiencias de los adultos con los menores albinos del grupo a partir de relatos y charlas que mantienen los padres y madres del grupo con las personas albinas más grandes (en cuanto a su edad).

En este punto reflexionamos sobre la comunicación como un proceso antropológico, social y humano. La comunicación antes de ser mediática es interacción con otros sujetos (Cardoso, 2008) en innumerables escenarios cotidianos como los mencionados por el GAAC: la calle, las instituciones, el supermercado, los barrios. “La comunicación humana es un complejo proceso de interacciones de intercambios de sentidos mediatizados por nuestro lenguaje y por nuestra particular forma de Ser Humanos”. (Cardoso, 2008, p.7)

Desde esta perspectiva, la comunicación como diálogo es desplegada y concebida en el GAAC, en la que todos/as cuentan con experiencias y saberes para compartir. Tanto en las interacciones cara a cara, como en la vinculación con la sociedad mediante el acceso a los medios de comunicación buscan instancias y espacios de intercambios. Así como se mencionó anteriormente la comunicación antes que técnica es humana. No obstante, los

medios no agotan la esfera pública la constituyen y cobran un espacio relevante dentro de la sociedad mediática presente en la actualidad.

Los registros obtenidos en el marco del trabajo de campo nos permiten observar que el GAAC implementa acciones concretas para captar la atención de los medios de comunicación, que se pueden caracterizar como hegemónicos, entendiendo que se trata de aquellos “(...) medios y redes de información nos dicen lo que somos y nos ocurre en un decir que nos interpela y nos constituye desde la adhesión o el rechazo que, en variados grados y modos, ellos suscitan” (Mata, 2006, p.8).

Así, es posible señalar que la organización tiene la intención de ocupar espacios en los medios por la incidencia que provoca el hecho de “aparecer” en ellos. En este sentido, dicha intencionalidad puede vincularse con la magnitud que adquieren en nuestras sociedades mediatizadas dichas prácticas; es decir, “la fuerza que alcanzan en tanto no podemos pensarnos sin ellos” (Mata, 2006, p.8) puesto que se han convertido en un modo dominante de relación con los demás. En las entrevistas, los integrantes del GAAC remarcaron las dificultades que se les presentan para conseguir una nota en algún medio de comunicación de la ciudad de Córdoba. No obstante, y comprendiendo esta complejidad como condición existente, destacan cuál es el objetivo de poder visibilizarse en estos espacios mediáticos.

Frente a la “censura mediática” (Mata, 2006) en el tratamiento de temáticas asociadas al albinismo -y, entre ellos, a sus condiciones y a los derechos que a estos sujetos les corresponden como garantía de salud por parte del Estado- en muchos casos producto de la omisión en su abordaje, el grupo puso en marcha el trabajo con otros medios con los que intenta suplir la falta de posibilidades para expresarse a nivel de estos medios masivos. El avance de las tecnologías digitales posibilitó al grupo crear perfiles en redes virtuales^{3 [1]},

³Sus páginas en Facebook y Twitter se encuentran como: “Grupo Amigos Albinos de Córdoba”. Link de Facebook: <https://bit.ly/2xSBZCR>

como Facebook y Twitter. A través de estos entornos virtuales el GAAC despliega estrategias y desarrolla prácticas por medio de las cuales sus planteos “se movilizan, hacen noticia e impactan a la opinión pública (...)”. (Hopenhayn, 2001, p. 121). Sin embargo, y como base de las propuestas, lo que prima es siempre la intencionalidad comunicativa de la organización que pretende incluir en “agenda” sus preocupaciones y aportes.

Así, por medio de estas redes sociales digitales el grupo publica actividades no sólo de la organización misma, sino también respecto de otras con las que se relaciona. Circulan allí entonces al menos dos tipos de informaciones: aquellas referidas a aspectos que apuntan a la salud física y a la promoción de derechos enfocada al cuidado de ésta, y otras vinculadas con los intercambios y actividades sociales que los miembros del grupo desarrollan. De esta manera, las estrategias que se ponen en juego permiten construir a la organización como un espacio genuino desde donde convocar a otros albinos y a sus familias.

Cabe señalar, en este sentido, que -durante las entrevistas- los/as integrantes del grupo comentaron que fueron sus familiares quienes aportaron información acerca de la existencia del GAAC, a través de las redes sociales, que el mismo grupo creó en su intento de garantizar lo que Hopenhayn (2001) caracteriza como “el acceso al intercambio y una mayor participación”. Como ocurre con muchas otras agrupaciones, las alternativas que brindan las redes sociales digitales permiten la construcción de contactos y lazos que trascienden las posibilidades que ofrece la comunicación de orden masivo.

De esta mirada la comunicación como diálogo es desplegada y concebida en el GAAC, en la que todos/as cuentan con experiencias y saberes para compartir. Tanto en las interacciones cara a cara como en la vinculación con la sociedad mediante el acceso a los medios de comunicación buscan instancias y espacios de intercambios. Así como se mencionó anteriormente la comunicación antes que técnica es humana. Estas expresiones permiten observar cómo, a través de estas experiencias en torno a las redes sociales digitales, se fueron

entretrejiendo estas relaciones sociales que luego han podido comenzar a ser trasladadas a otros espacios públicos mediáticos de orden más tradicional, pero también de corte más masivo.

Es destacable cómo a partir de aquellas prácticas aprendidas en experiencias anteriores, se han ido generando en el marco del GAAC -mediante la iniciativa de quienes ocupan un lugar de coordinación/conducción primero y luego por parte de otros miembros- modos de compartir y de aglutinar intereses, expectativas comunes y acciones asociadas a la construcción de pertenencias alrededor de la organización. Estas experiencias, al mismo tiempo, van alimentando esta nueva forma de ejercicio de ciudadanía en la que los procesos comunicativos adquieren un rol central, puesto que dicha ciudadanía también “(...) se enriquece a medida que la industria cultural y la comunicación global, permite reclamar y promover derechos (...)” (Hopenhayn, 2001). En este sentido, la comunicación se hace constitutiva de la ciudadanía como “interacción que hace posible la colectivización de intereses, necesidades y propuestas” (Mata 2002, en Segura 2008). A su vez, les permite -a los miembros del GAAC-, hacerse públicos mientras que les otorga visibilización, y así no solo pueden observarse sino también representarse a sí mismos y al resto de la sociedad (Mata 2002, en Segura 2008).

Eje 3- Otras prácticas de comunicación ciudadana

Retomamos la noción de comunicación que la define antes que nada como proceso constitutivamente humano, sin reducirla al fenómeno técnico y de los medios, comprendiendo que estos son parte de esfera pública pero sin agotarla. La comunicación entonces, no se reduce a los medios sino que forma parte de procesos complejos guardando relación con la construcción de ciudadanía y la política, no necesariamente comprendida dentro del Estado. Al marcar un contexto de asimetrías, el GAAC lleva adelante acciones, para construir identidad y ciudadanía. Dentro de estas acciones, se encuentra el diálogo, la

interacción con el otro, como proceso y condición necesaria para la ciudadanía y para forjar la lucha de la organización, con expectativas comunes y con la imperiosa necesidad de colectivizar sus demandas. Es por esto, que hablamos en este eje, de otras prácticas de comunicación ciudadana. Anteriormente, mencionamos las prácticas que ha llevado la organización en espacios públicos mediáticos. A continuación proponemos un acercamiento a éstas que son producto de la comunicación que actúa como proveedora de espacios de diálogo (Cardoso, 2010) y que el GAAC, por medio de la articulación y la participación de sus miembros se constituye como proveedor de imágenes colectivas, tomando un lugar de preponderancia en la construcción de la ciudadanía. El modo en que las prácticas de comunicación ciudadana se manifiestan, ponen a la luz un trabajo en red y de construcción de abajo hacia arriba, donde el modo de interactuar es horizontal. (Segura, 2008)

Los/as entrevistados/as comentaron centralmente dos actividades concretas, por un lado los “Encuentros” y por otro, la conmemoración por el “Día Sobre la Sensibilización por el Albinismo”. En este sentido, se realizan los “encuentros” bajo dos modalidades, una para los integrantes del grupo y otra en la que se hace extensiva la invitación a las demás agrupaciones de personas albinas del país. Durante el proceso de investigación asistimos a dos encuentros y ambos fueron cerrados para miembros del GAAC, quienes mencionaron que estas actividades tienen como objetivo unir a los integrantes del grupo. En relación a las actividades que se llevan a cabo dentro de estos encuentros los/as entrevistados/as contaron que se realizaron/realizan varias charlas con profesionales a cargo las temáticas siempre giran en torno a la salud visual como también a avances tecnológicos. Se incluyen propuestas inclusivas que se proponen a nivel municipal -deportes,bailes,uso del bastón verde-.

Otras de las actividades que llevan a cabo refieren a la jornada que el grupo organiza cada 13 de junio con motivo de conmemorar el “Día por Sensibilización sobre el Albinismo”. Fue una fecha establecida por la Asamblea General de las de las Naciones Unidas el 18 de

diciembre de 2014, a través de una resolución que emana de la Asamblea General donde se busca sensibilizar al resto del mundo por lo que acontece con las personas albinas en África⁴. Lugar donde las personas albinas son objeto de cacerías y superstición. La presencia de una persona con albinismo implica algo negativo un mal presagio o un castigo, en contraposición se cree que sus huesos tienen “propiedades mágicas” en la magia negra, circunscrito a esta cultura los “albinos son víctimas de amputaciones en ritual de cacería”⁵.

Estas prácticas realizadas por el GAAC, permiten a través de la comunicación, la construcción de ciudadanía ya que se colectivizan los intereses y las demandas por parte de los integrantes de este grupo. Es en ese marco, donde la condición ciudadana se define por la aparición del GAAC, en el espacio público en pugna por la constitución de identidades y por la definición de los asuntos de interés público. (Segura, 2008).

Por medio de estas expresiones generadas por los/as entrevistadas, se puede reflexionar en torno a las prácticas de comunicación ciudadana del GAAC en la medida en su desarrollo lleva a que muchas personas albinas en este espacio construyan sus prácticas ciudadanas, su identidad y mejoren su calidad de vida.

Además, las propuestas de modificación de las reglas de juego orientaron al GAAC a realizar determinadas prácticas de comunicación ciudadana para ganar derechos y espacios de poder que permitan instalar en la agenda de las políticas públicas, al ALBINISMO.

⁴Esta información fue rescatada de un conjunto de búsquedas que realizamos previamente a la instancia del Trabajo Final. Para reforzar estas afirmaciones brindamos el link del documental “Los blancos negros”

<https://bit.ly/2xQGBti>

⁵A continuación se adjuntará el enlace para obtener mayor información

<https://bit.ly/2xSMwxY>

Por medio, del grupo las personas albinas caminan hacia nuevos modos de ser ciudadanos, con derechos pero con la obligación de pensar y reconocer a otros en esta escena de negociaciones. Es así como la cultura se torna marcada por un sesgo de lucha, que busca visualizar demandas y prácticas de comunicación ciudadana.

Discusiones

Al finalizar este recorrido podemos afirmar que estos ejes de análisis nos permitieron lograr un acercamiento significativo para resolver el objetivo general planteado en la investigación; aquel de indagar acerca de las prácticas de comunicación ciudadana, vinculadas con el cuidado de la salud y la promoción de derechos de personas albinas que desarrolla el GAAC, en espacios públicos urbanos y mediáticos en la ciudad de Córdoba.

Los ejes analíticos que presentamos en este escrito, permiten observar, conocer y reflexionar acerca de cómo el GAAC se apropió y se apropia de los espacios públicos en torno al ejercicio de las prácticas de comunicación ciudadana. Esto nos ha permitido enriquecer la mirada preliminar con la que contábamos. Los ejes desarrollados presentan relaciones y lazos que se hacen posibles de observar gracias al proceso comunicativo del que se habló en toda esta etapa.

Fue a partir del desarrollo del proceso analítico -y de su escritura/referencia en los diversos capítulos del Trabajo Final- que pudimos ver cómo esta organización despliega las prácticas mencionadas en el espacio público urbano y mediático de la ciudad de Córdoba, qué características tienen y cómo son significadas por este grupo.

La elección y abordaje de la noción de prácticas de comunicación ciudadana -como núcleo conceptual-, en tanto práctica política, enriqueció el abordaje teórico y analítico del objeto. Este concepto permitió relacionar diversos aspectos que hacen a la problemática de investigación y reflexionar acerca del papel que juegan en este trabajo para observar y pensar con mayor detalle y articulación al GAAC en tanto organización y a la comunicación como

proceso que tiene un papel fundante en la construcción y el ejercicio de la ciudadanía. Hicimos alusión, a partir de los planteos de Mata (2006), a la necesidad de referirse a la noción de ciudadanía comunicativa debido a que este concepto -en específica articulación con el anterior- remite a la acción; a “un modo específico de aparición de los individuos en el espacio público caracterizado por su capacidad de constituirse en sujetos de demanda y proposición respecto de diversos ámbitos vinculados con su experiencia” (Mata, 2006, p.13). Luego de haber transitado por estos ejes nos planteamos, como una nueva inquietud, si el GAAC conformado por ciudadanos -como sujetos de demanda- podrá, a partir de sus pedidos y reclamos, dar cuenta de la “ciudadanización” de la política. (Martín Barbero, 2002 en Mata 2006, p. 10). En tanto que tendrán que intervenir en los debates públicos, decisiones políticas-estatales, y cuando habrá que plantear a la ciudadanía comunicativa como una práctica integral en el proceso de vida, en lo cotidiano, de cada sujeto que conforma esta organización. Entonces, de qué maneras se apropiarán de los espacios públicos y mediáticos; cuáles serán las prácticas que desplegarán para ocupar lugares de debate y decisión en “la cosa pública”, como llama Hopenhayn (2001).

Bibliografía

- J ACHILLI, M. E. (2005). *“Investigar en Antropología Social”*. Rosario, Argentina. Laborde Libros.
- J ALFARO, M. R. (1993). *“Una Comunicación Para Otro Desarrollo”*, (Calandria: Asociación de Comunicadores Sociales). Lima, Perú. Abraxs Editorial S.A
- J CARDOSO, N. (2008). *“La comunicación desde una perspectiva de comunicación comunitaria”*. Buenos Aires, Argentina. Apunte para la Cátedra Taller de Comunicación Comunitaria.
- J ETKIN, J. (2009) *“Gestión de la complejidad en las organizaciones. La estrategia frente a lo imprevisto y lo impensado”* Buenos Aires, Argentina. Ediciones Granica S.A.
- J GARCÍA CANCLINI, N. (1996). *“Ciudades y ciudadanos imaginados por los medios”*. México, México. Perfiles Latinoamericanos 5 (9). Recuperado el 15 agosto de 2017 de <https://bit.ly/2zKXN4M>

- J GRIMSON, A. (2004). *“La cultura en la crisis latinoamericanas” La experiencia argentina y sus fantasmas*. Buenos Aires, Argentina. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Recuperado el 20 de junio de 2017 <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20100918090931/9grimson.pdf>
- J GRIMSON, A. (2007). *“Cultura y Neoliberalismo”*. Buenos Aires, Argentina. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Recuperado el 20 de junio de 2017 de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20100919072253/grimson.pdf>
- J GRIMSON, A. (2015). *“Crisis y alteridad en las configuraciones culturales”*. Buenos Aires, Argentina. Etnografías Contemporáneas.
- J HOPENHAYN, M.(2001). *“Viejas y nuevas formas de la ciudadanía”*. Buenos Aires, Argentina. Revista de la Cepal, 73.
- J HOPENHAYN, M. (2001). *“¿Integrarse o subordinarse? Nuevos cruces entre política y cultura”*. Buenos aires, Argentina. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Recuperado el 20 de julio de 2017 de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/collect/clacso/index/assoc/D2124.dir/6hopenhayn.pdf>
- J KAPLÚN, G. (2007). *“La comunicación comunitaria”*. Disponible en <https://bit.ly/2Qohzsi>
- J LOIS, I. (2010). *“Comunicación comunitaria, Universidad y organizaciones sociales: un espacio para la construcción del “otro””*. Buenos Aires, Argentina. Margen: revista de trabajo social y ciencias sociales, Nº. 57
- J MATA, M. C. (2006). *“Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación”* .Río de Janeiro. Brasil. Revista Fronteiras. 3(1). Recuperado el día 20 de junio de 2017: <https://bit.ly/2P1m7nZ>
- J MATA, M. C. (2006). *“Públicos y ciudadanía comunicativa: convergencias y tensiones en la sociedad mediatizada”*. Córdoba, Argentina .SeCyT, UNC.
- J ROCKWELL. E. (2009). *“La experiencia etnográfica: historia y cultura en los procesos educativos”*. Buenos Aires, Argentina. Paidós.
- J SEGURA, M. S. (2008). *“Comunicación y Ciudadanía en los estudios latinoamericanos de comunicación”*. Córdoba, Argentina. CIFYH. 6 (5).

J SEGURA, M. S. (2014). *“Desintermediación y participación. Los nuevos roles de periodistas y públicos en los medios no lucrativos”*. La Trama de la Comunicación, 18. Rosario, Argentina.