



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
VILLA MARÍA

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Comunicación alternativa y cooperativismo: espacios de resistencia en un escenario de concentración mediática y crisis económica

Año
2018

Autoras
Ribeiro, Nicolás y Carballo, Brian

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

Ribeiro, N. y Carballo, B. (2018). *Comunicación alternativa y cooperativismo: espacios de resistencia en un escenario de concentración mediática y crisis económica*. 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

Cátedra: Diseño, Gestión y evaluación de Proyectos Comunicacionales
Universidad Nacional de La Pampa
Facultad de Ciencias Humanas
Lic. en Comunicación Social

Carballo, Brian
Ribeiro, Nicolás

RESUMEN

El artículo constituye una intervención comunicacional en la cooperativa de teatro La Comunitaria y la asociación vecinal Carlos Berg, ambas intervienen en conjunto en el Barrio Carlos Berg de General Pico, La Pampa. A pesar de la amplia oferta de talleres de oficio, sociales y culturales que ofrecen, el reconocimiento que tiene el barrio de las actividades y sus oferentes es muy bajo.

Esta debilidad difusional constituye una de las principales demandas de ambas organizaciones. A su vez, se pudo identificar que otro punto a reforzar es el vínculo significativamente débil construido con la radio cooperativa FM LIBRE, actor social con el que comparten el mismo espacio físico.

La propuesta comunicacional, por un lado, busca solucionar la debilidad difusional de las organizaciones. Para ello se ofreció una serie de contenidos para redes sociales y radio. De esta forma, se refuerza la comunicación hacia afuera de la identidad y las actividades que llevan a cabo las organizaciones.

Por otro lado, respondiendo a la debilidad relacional que tienen las organizaciones con actores del barrio, se favoreció el acercamiento de estas al ejercicio de la comunicación alternativa. Con un taller de producción de radioteatros, se busca incentivar a la producción de su propia difusión mediante una propuesta artística y en conjunto con jóvenes del barrio. De esta forma se profundizan vínculos con éste y representa una difusión más genuina, producida de forma colectiva y participativa. A su vez, las organizaciones afianzan vínculos relacionales con la radio al producir contenidos para la grilla de FM Libre.

El objetivo del trabajo es acercar a ambas cooperativas al ejercicio de la comunicación alternativa, no solo como una herramienta de difusión, sino como un espacio para la creación y consolidación de sentidos colectivos, en respuesta a un contexto de concentración mediática y crisis económica.

Palabras clave: Comunicación alternativa, radioteatro, cooperativismo, construcción participativa, sentidos colectivos, concentración mediática.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo forma parte del proyecto de extensión “Crecer en Comunidad” de la Universidad Nacional de La Pampa, en el que participa la cátedra Diseño, Gestión y Evaluación de Proyectos de Comunicación. Desde esta materia se presentaron dos problemáticas comunicacionales en torno a la cooperativa social y cultural *La Comunitaria*: la primera de ellas tiene que ver con la baja difusión de las actividades propuestas por este colectivo. La segunda, se refiere a la dificultad de la cooperativa de crear un vínculo cercano con otras instituciones y actores sociales.

Por ello, el 11 de mayo de 2018, el equipo de comunicación de la UNLPam se dirigió a la localidad de General Pico con la intención de indagar y recolectar información, imágenes y videos sobre la estructura interna y dinámica de los talleres que ofrece la cooperativa, así como también su vinculación con otros actores sociales como organizaciones políticas, la radio FM LIBRE o el barrio Carlos Berg.

Se realizaron entrevistas informales a los talleristas y representantes de las distintas instituciones, observándose los vínculos y dinámicas que estas mantienen en conjunto, también se realizó análisis de las redes sociales y páginas web disponibles.

DESARROLLO

Posterior a la visita al establecimiento de la cooperativa, nos encontramos con un colectivo diverso. Se trataba de tres agrupaciones diferentes con identidades bien formadas: el colectivo de teatro comunitario “La Comunitaria”, la Asociación Vecinal Carlos Berg y el Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE). A pesar de la diversidad subjetiva de las tres organizaciones, todos y todas actuaban en pos de una construcción colectiva bajo la idea de cooperativismo y ayuda mutua.

Inicialmente decidimos realizar una visita a la radio cooperativa FM Libre, ubicada en el predio de la Asociación Vecinal Carlos Berg, para identificar cuál era su relación con La Comunitaria. En este caso se entrevistó a su directora Claudia Giacobbe quien, en su entrevista nos hizo repensar nuestra idea de que existía un vínculo directo entre la radio y la cooperativa. Contrariamente a lo que pensábamos, Giacobbe manifestó que su relación con La Comunitaria era la misma que la de

cualquier otra organización social de la ciudad a las que les dan espacio. Su principal vínculo era solo territorial ya que compartían el espacio físico en la asociación vecinal Carlos Berg. Aunque la radio permanece abierta a la participación de la cooperativa, no tiene contenidos producidos por La Comunitaria en su programación.

Al no haber una relación directa entre la radio y la cooperativa, sino un vínculo meramente territorial, la radiofonía perdió relevancia en la propuesta comunicacional más inmediata, la cual se reduce a la producción de contenidos difusionales de la cooperativa para la radio. Pero sirvió como disparador para orientar nuestra propuesta comunicacional a una forma más compleja y a largo plazo: acercar a los y las integrantes de la Comunitaria al ejercicio de la comunicación alternativa, tanto como herramienta de difusión o como un espacio para la construcción de sentidos colectivos de forma participativa.

Respecto a los talleres, luego de la observación e interacción con los y las talleristas se observó que varios funcionan como democratizadores de cultura. El primer caso es el de "Arte de Carnaval", un taller que responde más a una necesidad cultural, la idea de compartir con niños, niñas y jóvenes las costumbres de carnaval y organizar encuentros en febrero para fortalecer vínculos con el barrio Carlos Berg y barrios vecinos.

La coordinadora del taller Natalia Estevez manifestó que asiste un grupo variado de niños, niñas y adolescentes, de 3 a 18 años, la gran mayoría oriundos del barrio. Las y los jóvenes no solo encuentran en el galpón de la cooperativa un merendero y espacio de distensión y contención. También juegan, crean, socializan con otras personas pertenecientes al barrio y adquieren múltiples valores, como el de ayuda mutua y reciclaje, entre otros.

Tomando la idea de sistematización expuesta en los *Cuadernos de Extensión* de la Universidad de la República de Uruguay, que se refiere a la selección, jerarquización, descripción y calificación de las experiencias adquiridas en la práctica, es decir, en la interacción en el campo con actores de la organización. Una de las experiencias que nos llamó particularmente la atención fue en la sobremesa del almuerzo que nos ofrecieron los integrantes de La Comunitaria y la Asociación Carlos Berg: al momento de levantar la mesa y de tirar los residuos, una de las

integrantes del taller entró rápidamente a la cocina y advirtió, vehementemente, que no tiren las botellas y los cartones, ya que se reciclaban para el taller. Algo que, en primera instancia, parece banal, pero que manifiesta una idea de reciclaje ecologista y autosuficiencia, integrados y naturalizados en los integrantes de la cooperativa.

Otro de los talleres culturales de la cooperativa es el de teatro comunitario y teatro para niños y niñas. Es quizás el taller que más convocatoria tiene, tan así que se vieron obligados a dividirlo en dos rangos etarios. El taller respeta la idea de trabajo comunitario, colectivo y participativo a la hora de idear una obra y siempre responde a una problemática social.

Yoana Caino, coordinadora del taller para niños y niñas, manifestó que “intentan trabajar sobre la contención, representación y valores, ya que es una zona de vulnerabilidad donde viven familias muy tiradas, con muchas problemáticas”. Al igual que el taller de arte de carnaval, funciona como merendero y son talleres para la contención y protección infantil.

Por otro lado, hay talleres que intervienen en la realidad social y reaccionan a las condiciones económicas desfavorables generadas por las políticas neoliberalistas de la actual gestión presidencial. Las talleristas de peluquería y tejido manifestaron que sus talleres surgen como una alternativa para que las personas que asisten puedan paliar gastos o ahorrar dinero. A esto también se le articulan valores ecológicos, como por ejemplo el reciclado, son talleres que le dan uso a esos materiales que son basura o tiene poca utilidad en la cotidianidad de los hogares. Según Ana María Leone, coordinadora del taller de tejido, se utiliza mucho material reciclado para las producciones, se le “busca la vuelta”, cada persona trae algo de su casa, acumulan y realizan producciones colectivas, producciones que posteriormente los artesanos le pueden sacar un rédito económico para el autosustento.

En esta construcción se manifiesta parcialmente la cosmovisión que tiene *La Comunitaria* sobre el cooperativismo como respuesta a una coyuntura política y económica desfavorable, pero sin dejar de lado el aspecto cultural que posibilita la participación en la producción de productos culturales propios de las personas que asistan a la cooperativa.

CONCLUSIÓN

Como resultado de la visita a *La Comunitaria* se pudo observar que cada una de las problemáticas comunicacionales implícitas en el proyecto de extensión, y que como grupo también identificamos e intentamos profundizar, responden a factores distintos. Resulta pertinente identificar cuál es el contexto social, político, y económico que atraviesa a *La Comunitaria* como institución y a los y las participantes de ella, como así también a los barrios en los que se ubican las sedes.

Por un lado, encontramos que no hay un total aprovechamiento del potencial de los recursos de difusión: disponen de una radio en el galpón de la cooperativa y no generan contenidos y no poseen una red social propia de la sede de *La Comunitaria* en General Pico. En palabras de Washington Uranga en *Perspectiva Comunicacional*, esta sería mirar la comunicación, pensarla desde lo mediático, un recurso que puede ser implementado de forma más o menos eficaz para concretar el envío de un mensaje. Desde esta perspectiva la solución se vuelve más técnica y práctica, que social, ideológica o condicionada de forma influyente por el contexto económico. La parte audiovisual de la propuesta multimediática está diseñada para ser una respuesta concreta a esta problemática; la parte radiofónica si bien también está pensada como herramienta de difusión, responde a una necesidad de acercamiento con el barrio mediante una estrategia más informal y distendida que invite a la participación y a la consolidación de vínculos con los vecinos.

La segunda problemática implica un enfoque más complejo, requiere indagar en los vínculos de *La Cooperativa* (entendida como un actor social) con otros actores, en este caso con el barrio Carlos Berg y la radio FM LIBRE. Mediante la información de las entrevistas realizadas el 11/05, detectamos cierta debilidad en los vínculo entre estos actores. Esta debilidad no debe ser pensada sólo como un efecto de la ineficacia en el uso de las herramientas de difusión como redes sociales o radio. Sino, siguiendo la idea de Uranga, debemos entenderla “desde la comunicación”, en la capacidad de la organización de sus “agentes”, como actores que no son pasivos, sino más bien agentes que reciben, seleccionan, producen y reproducen discursos, como productores de sentido individual y colectivos.

Aplicándolo concretamente al caso, la falta de una relación fluida y estable entre La Comunitaria y el Barrio Carlos Berg se vio tanto en las encuestas realizadas al barrio, como también en la misma autopercepción de la institución en su vínculo con éste. Los vecinos del barrio, que no se vinculan con la institución o que participan poco en ella, conocen solo las actividades o los talleres que responden a las necesidades más básicas. Como por ejemplo el apoyo escolar, el merendero o los talleres que, como señalamos anteriormente, representan una posible herramienta o salida laboral. Algo totalmente entendible para una familia que quizá está teniendo un momento económico desfavorable al atravesar a la coyuntura actual de crisis. Se priorizan las necesidades básicas y quedan relegadas las actividades culturales.

La respuesta a esta problemática implica una diferenciación en cuanto al contenido y las estrategias de difusión, debe tener una perspectiva más amplia, y no tan informativa, tratando de hacer foco en la consolidación de vínculos más territoriales, invitar a los vecinos a que se interioricen y participen en las actividades y talleres.

La propuesta que en principio estaba pensada mediante la difusión gráfica, por cuestiones presupuestarias quedó casi descartada, ya que esta estrategia comunicacional implica mayor presupuesto debido a los costos de impresión. Por ello, se pasó a la radiofonía como herramienta de difusión y espacio estratégico para la construcción de sentidos colectivos.

Esta debe dar cuenta cuál es el objetivo de la institución: la democratización de la cultura, hacer que los sectores más vulnerados tengan ese derecho garantizado y que este no sea un impedimento para el desarrollo de actividades que respondan a necesidades más básicas, como brindar una merienda o apoyo a escolar a cualquier niño, niña o adolescente que lo necesite.

→ OBJETIVO GENERAL

Profundizar vínculos ya existentes entre la cooperativa La Comunitaria y actores sociales pertenecientes al barrio Carlos Berg, para potenciar en conjunto las capacidades individuales de los diferentes actores.

Metas:

- Consolidar una articulación dinámica y participativa entre La comunitaria, el barrio Carlos Berg y La radio FM Libre y generar espacios de participación activa en la radio para los distintos actores sociales.

→ OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Concretar una difusión que permita generar un mayor conocimiento de las actividades realizadas por la organización.

META I:

Producción de contenidos destinados a redes sociales y radio.

META II:

Alcanzar un total de 100 vistas a las publicaciones en *facebook*.

La parte audiovisual de la propuesta multimediática está destinada para redes sociales; la parte radiofónica si bien está pensada como herramienta de difusión, responde a una necesidad de acercamiento con el barrio mediante una estrategia más informal que invite a la participación y a la consolidación de vínculos con los vecinos.

PUNTO A REFORZAR	PROPUESTA
-Cuentan con varias redes sociales con el nombre de <i>La Comunitaria</i> y la asociación vecinal Carlos Berg lo cual genera confusión.	→ u-Utilizar na sola red social Institucional y publicitar esta cuenta con <i>Facebooks</i> personales.
-Produccion y difusion irregular en redes sociales de las actividades y los talleres realizados.	→ -Se ofrece una serie de x clips audiovisuales de 20 segundos propio de cada taller. La idea es que horas antes de realizar un taller se publique su video con el horario y la fecha explícito en el post.
-Disponen de una radio en el galpón de la Asociación Carlos Berg y no generan contenidos propios.	→ - Se ofrece un Spot Radiofónico Institucional- (Ya presentado).

→ **OBJETIVO ESPECÍFICO 2** Producción de contenidos gráficos destinados a puntos estratégicos del barrio.

META I:

Alcanzar un máximo de 10 puntos de encuentro en el barrio.

En este punto la propuesta responde a una difusión gráfica, más territorial, destinadas a puntos de encuentro en el barrio (postas sanitarias, paradas de bondis, negocios, entre otros). La propuesta pretende fortalecer vínculos entre el barrio y *La Comunitaria* y la asociación vecinal Carlos Berg.

PUNTO A REFORZAR	PROPUESTA
-Difusión territorial para informar a vecinos acerca de la identidad de las organizaciones y la variedad de actividades culturales que ofrecen.	→ -Reparto de <i>flyers</i> por puntos estratégicos del barrio. → -Reparto de trípticos con información de talleres en los eventos realizados por las organizaciones.

PRESUPUESTO ESTIMADO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Trípticos y flyers a color, tamaño A4.	60	\$16	\$960
		Cooperativa gráfica “7 Sellos” Roque Sáenz Peña 1395. Santa Rosa, La Pampa Mail: 7selloseditorial@gmail.com	

→ OBJETIVO ESPECÍFICO 3

Sugerir a La comunitaria en su conjunto a participar activamente en el ejercicio de la comunicación alternativa.

META I:

Que se efectúe una capacitación a 2 integrantes de la comunitaria en el uso de tecnologías digitales para radiofonía, que facilite la producción de contenidos propios de la institución y del barrio Carlos Berg.

Con el ejercicio de la comunicación alternativa, se busca crear un espacio de producción radiofónica donde se construyan saberes compartidos. De forma participativa se fortalece la relación entre: *La Comunitaria* y la asociación vecinal Carlos Berg, los y las jóvenes del barrio y la radio FM LIBRE.

PUNTO A REFORZAR

- Vinculación de la organización con la radio FM LIBRE.
- Escritura de guión radiofónico.
- Manejo de herramientas digitales para la producción sonora.

PROPUESTA

- Realizar taller de producción de radioteatro.
- Realizar actividades del manual “*Ponele Onda*” de FM La Tribu.
- Realizar capacitación en herramientas digitales y si es posible articular con el taller de TICS a cargo del Proyecto de Extensión “Crecer en comunidad”.

DESTINATARIOS:

- **Directos:** Integrantes de la Cooperativa *La Comunitaria* y la Asociación Vecinal Carlos Berg.
- **Indirectos:** Comunidad barrial y Radio FM LIBRE.

Consideraciones finales

Resulta pertinente aclarar la profundización de la crisis económica del país producida en el corto lapso de tiempo en que se llevó a cabo este proyecto (mayo de 2018), al día de hoy. Ésto, sumado al contexto de concentración y blindaje mediático, plantea un escenario desfavorable y cargado de desafíos para las cooperativas, los medios alternativos, populares y comunitarios.

La falta de inversión estatal, una pauta desigual y la concentración y desregulación que se produjo mediante el DNU 267, el cual modifica la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, junto a la sanción de la ley corta de telecomunicaciones, generan un panorama de crisis en el plano del derecho a la comunicación, la pluralidad de voces y la libertad de expresión

De esta manera se plantea un contexto de vulneración constante a la comunicación alternativa, comunitaria y popular, sin embargo su intervención es aún más necesaria. Resulta esencial para garantizar una voz contrahegemónica, que sea representativa y responda a los sectores más vulnerados y menos visibilizados de la sociedad. Su funcionamiento permite el acceso a una información que no sea centralista y contemple las realidades locales y provinciales, las cuales no son tenidas en cuenta por los sectores concentrados de la economía y la comunicación.

El presente trabajo invita a pensar a la comunicación no solo como una herramienta de difusión, sino como un espacio de construcción de sentidos colectivos más genuinos. Lugares de expresión en el que las mismas instituciones mediante su propia voz, cuenten quiénes son, qué es lo que hacen, cómo piensan, qué problemáticas las mueven y hacia dónde van.

Bibliografía:

-Washington Uranga. PERSPECTIVA COMUNICACIONAL. Taller de Planificación de Procesos

Comunicacionales. Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP. 2012. Cuadernos de cátedra No. 2

-Unidad de proyectos. Formulación de proyectos sociales. Servicio central de extensión y actividades en el medio. Universidad de la República, Uruguay. 2009