

La comunicación comunitaria, popular y alternativa a 40 años de democracia en Argentina



2023 | Año 11 | N° 14

RAC

Revista Argentina
de Comunicación

Ediciones
FADECCOS

Revista Argentina de Comunicación

11 - Número 14 - 2023

ISSN 2718-6164

Foto de tapa

Celeste Mandrut

@anishuara / <https://linktr.ee/celestemandrut>**Director**

Dr. Emiliano Venier, Universidad Nacional de Salta

Editores generales

Mg. Cecilia Labate, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales

Comité académico

Dra. María José Baldessar, Universidad Federal de Santa Catarina (Brasil)

Dr. Martín Becerra, Universidad Nacional de Quilmes (Argentina)

Dra. Alejandra Cebrelli, Universidad Nacional de Salta (Argentina)

Dr. Gustavo Cimadevilla, Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina)

Dra. Alicia Entel, Universidad Nacional de Entre Ríos (Argentina)

Dra. Mabel Grillo, Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina)

Dr. Fernando Irigaray, Universidad Nacional de Rosario (Argentina)

Dr. Gabriel Kaplún, Universidad de la República (Uruguay)

Dr. Claudio Maldonado, Universidad Católica de Temuco (Chile)

Dr. Guillermo Mastrini, Universidad Nacional de Quilmes (Argentina)

Lic. María Cristina Mata, Universidad Nacional de Córdoba (Argentina)

Dra. Vanina Papalini, Universidad Nacional de Córdoba (Argentina)

Dr. Omar Rincón, Universidad de los Andes (Colombia)

Dr. Carlos Scolari, Universidad Pompeu Fabra (España)

Dr. Francisco Sierra Caballero, Universidad de Sevilla (España)

Consejo editorial

Esp. Aixa Boeykens, Universidad Nacional de Entre Ríos

Dr. Ramón Burgos, Universidad Nacional de Jujuy

Dra. Ana Laura Hidalgo, Universidad Nacional de San Luis

Mg. Claudia Ortiz, Universidad Nacional de Córdoba

Mg. Mariana Perticará, Universidad Nacional del Litoral - Universidad Nacional de Entre Ríos

Diseño

Tec. Julio Toconás, Universidad Nacional de Jujuy

Comisión directiva de Fadeccos

Presidente: César Arrueta (UNJu)

Vicepresidente: Ana Vara, (UNSAM)

Secretario General: Maximiliano Peret (UNICEN)

Tesorero: Carlos da Rosa (UnaM)

Revisora de cuentas: Georgina González Gartland (UNGS)

Coordinador de relaciones institucionales: Miguel Vilte (UNNE)

Secretario técnico: Santiago Albarracín (UNDAV)

Vocal: Fabrizio Zotta (UNFASTA)

Vocalía Suplente: Víctor Notarfrancesco (UNSa)

Representante ante FELAFACS: Esteban Zunino (UNCuyo)

Representante ante ALAIC: Ramón Burgos (UNJu)

Representante ante ARUNA: Osvaldo da Costa (UNRC)

Secretaria de Género. Eva Rodríguez Agüero (UNCUyo)

Secretaria Académica. María Marta Luján (UNT)

Secretario de Comunicación. Valeria Belmonte (UNCo)

Secretaria de Relaciones Internacionales: Daniela Monje (CEA-UNC)

Secretaria de Investigación: Patricia Nigro (Universidad Austral)

Secretaria de Publicaciones: Cecilia Labate (UCES)

Director de la Editorial “Ediciones Fadeccos”: Marcela Farré (Universidad Blas Pascal)

Director de la Revista RAC: Emiliano Venier (UNSa/Sede Tartagal)

Coordinador de Proyectos de Extensión e Innovación: Mariana Perticará (UNL)

Coordinadora de Seguimiento de Políticas Públicas: Larisa Kejval (UBA)

FADECCOS - Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social
Suárez 1301, CP 1162, CABA, Sede de Posgrado de la Universidad Nacional de
General Sarmiento
www.fadeccos.ar
www.fadeccos.ar/revista

Este número	7
Editorial temática Ramón Burgos, Larisa Kejval, Paula Costello	8
Artículos	
1- La dimensión política de la comunicación con “El Jardín de las y los presentes: feria y festival feminista” Rocío Aragón	15
2- Organizar territorios digitales: La Red de Medios Digitales y la lucha por la democratización de la comunicación en Argentina Yair Cybel	42
3- Comunicar comunidad. Una experiencia de comunicación comunitaria en la localidad de Tilarao (San Luis) Rodrigo Ezequiel García; Ana Laura Hidalgo	64
4- La comunicación en el medio: relaciones sociales como sostén organizativo Carlos Leiggener	98
5- Contrainformación en dictadura. El caso radio noticias del continente Carlos Rodríguez Esperón	121
6- Una experiencia pionera de comunicación comunitaria y educación popular en el noreste argentino María Cecilia Telleria	149

7- Acceso a internet en comunidades indígenas del norte de Salta, Argentina	
María Florencia Ares; Emiliano Venier	181

Entrevistas

8- Entrevista a Ana Müller (Argentina) y Carlos Baca Feldman (México): “Algo que funciona es cuando las comunidades hacen primero las cosas”	
Virginia Collivadino y Ramón Burgos	213

9- La comunicación popular a cuarenta años de democracia en Argentina: diálogo con Marita Mata y Washington Uranga	
Larisa Kejval y Paula Castello	229

Reseñas bibliográficas

10- Reseña Comunicación Popular y Alternativa. Una revisión dialogada. Claudia Villamayor y Natalia Vinelli (editoras). Mil campanas, 2023.	
Florencia Tolava	247

11- Narrativas transmedia para aprender y enseñar: ecologías ampliadas en la cultura digital. Mariana Ferrarelli (compiladora). Grupo Magro, 2023.	
Nicolas Casado	256

Este número

La Revista Argentina de Comunicación, publicación académica de la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social (FADECCOS), presenta la edición el Nro 14 que reúne un conjunto de reflexiones en torno a pensar y problematizar categorías, contextos y las formas en que lo comunitario se viene desarrollando en diferentes instancias del campo de la comunicación en nuestro país y la región.

En este número de la RAC se contó con la asistencia y colaboración de un Equipo Editor Temático integrado por Ramón Burgos (UNJu-UNSa), Larisa Kejval (UBA-UNdAV) y Paula Costello (UNPAZ), referentes del campo de la comunicación comunitaria de Argentina.

Desde la Coordinación Editorial de la Revista Argentina de Comunicación (RAC) de la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social (FADECCOS) queremos agradecer agradecemos a quienes colaboraron en las diferentes instancias del proceso de elaboración de este número: a lxs autores y autoras, evaluadores y evaluadoras, a lxs integrantes del Consejo Editorial de la RAC, a lxs asistentes editoriales, al diseñador y en especial a Ramón Burgos, Larisa Kejval, y Paula Costello por su trabajo en esta convocatoria.

Cecilia Labate - Emiliano Venier

Editorial temática

La comunicación comunitaria, popular y alternativa a 40 años de democracia en Argentina

Community, popular and alternative communication after 40 years of democracy in Argentina

Ramón Burgos (UNJu-UNSa)

Larisa Kejval (UBA-UNDAV)

Paula Castello (UBA-UNPAZ)

La historia de la comunicación comunitaria, popular y alternativa en América Latina es la historia de la lucha de los sectores populares. Así puede leerse en cada uno de los artículos que integran esta revista y así lo sostienen todas las experiencias desde Sutatenza y las radios educativas y populares, desde las mineras, las insurgentes, las comunitarias y ciudadanas, las que transmiten a través del espectro radioeléctrico, las que se asientan en papel, las que se cuentan en imágenes, las que se expanden en entornos digitales, las que dan forma a redes, las que garantizan el acceso a la conectividad. En esas múltiples, variadas, infinitas experiencias, en los estudios y las conceptualizaciones en que se sustentan y los que de sus prácticas y reflexiones emanan hay una larga historia de lucha y de resistencia. De la memoria de esas resistencias se nutre lo popular. De esa experiencia histórica y de sus proyecciones se nutre esta publicación.

Los medios comunitarios, populares, alternativos dan cuenta del avance democrático en nuestra región y, al mismo tiempo, de la demanda permanente

por la democratización de las comunicaciones. En estos medios, el derecho a la comunicación se reivindica como principio jurídico y como posicionamiento político. Como instancia de construcción: de lo público, de los relatos sociales, de alternativas. Como forma de afirmación de múltiples identidades que se definen por fuera de las dinámicas organizadas por el poder. Como espacio de denuncia de las desigualdades, de reflexión, de resemantización de la realidad desde un punto de vista colectivo y situado, donde lo marginado se nombra públicamente y su existencia tiene lugar ante lxs otrxs. Como contrapeso ante los excesos y exclusiones del poder político y económico. Como espacio de ejercicio del derecho al disenso y a pergeñar formas de existencia más justas.

En los medios comunitarios, las comunidades pueden ser territoriales o de intereses, pero, sobre todo, son instancia de (re)construcción del tejido social, ámbito de participación, de ejercicio de ciudadanía. En los medios comunitarios, populares y alternativos, comunidad, identidad y ciudadanía se instituyen y se habitan como variables políticas.

El 6 y 7 de octubre, la Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (RICCAP) realizó su encuentro anual. La Universidad Nacional de Tucumán fue anfitriona de la jornada “Comunicación comunitaria y popular: actores y roles para los desafíos de una actualización impostergable” y de la Asamblea de la red. Se consolidaron articulaciones, circularon estrategias y herramientas comunicacionales, pero, en el marco del proceso electoral que atraviesa Argentina, sobre todo se pusieron en común lecturas políticas y las preocupaciones que de allí derivan. La RICCAP está integrada por espacios académicos de doce universidades nacionales vinculados a la comunicación comunitaria, popular y alternativa. En esa intersección se sitúan las reflexiones y preocupaciones en torno al rol del Estado y las políticas públicas educativas y de comunicación, pero también vinculadas a la necesidad de revisar los marcos de comprensión para un escenario social, comunicacional, político y electoral reconfigurado. Las certezas sobre el rol de la comunicación popular y las universidades públicas como actores centrales en la defensa de derechos, en la construcción de espacios colectivos de cuidado, de resistencia y transformación dejan también lugar a las preguntas acerca de la tarea de la comunicación frente a la crisis de representatividad dirigenal, a la creciente privatización de los

recursos comunicacionales y a la cada vez mayor escisión entre la política y las existencias cotidianas. Desde ahí puede delinarse una agenda común.

La convocatoria a la 14° edición de la Revista Argentina de Comunicación abrió la invitación a pensar y problematizar la noción de lo comunitario, las categorías que le son propias (y las que se deben incorporar), los contextos en que se inscriben (y las lecturas de contexto que es preciso aguzar), las prácticas organizativas territoriales (y desterritorializadas, también, y discutir la noción de territorio, también). Es una invitación a visitar y a recalibrar categorías, y a reivindicarlas, también. La respuesta a esta convocatoria se cristaliza en artículos que recuperan experiencias de comunicación popular, alternativa y comunitaria de nuestro país: proyectos pioneros y emergentes; vinculados a distinto tipo de organizaciones, instituciones y comunidades; que se despliegan en ciudades, en zonas rurales o, incluso, que transmitieron desde otras latitudes latinoamericanas; proyectos gráficos, radiofónicos, digitales y de conectividad.

Que la comunicación popular sea el eje de esta revista es también una invitación a delinear una agenda común. De reivindicaciones y resistencias, de memorias y proyecciones. Una agenda de debate político, epistemológico y técnico profesional que se nutra de las experiencias de comunicación comunitaria, popular y alternativa, como lo hacen los textos que aquí se reúnen, producidos por investigadorxs y docentes universitarixs en diálogo con las prácticas, sus contextos y marcos teóricos.

En el primer artículo de esta revista, Rocío Mariana Aragón construye un collage con las voces de las protagonistas de *El Jardín*, una colectiva jujeña de mujeres y disidencias sexuales autoconvocadas que, frente al desempleo, la precarización laboral y la feminización de la pobreza, en 2017 puso en marcha una feria y un festival, también como forma de manifestarse ante los femicidios en la provincia. Como decisión metodológica, el relato coral busca “construir otros lugares de enunciación”, relocalizar el pensamiento y aprender de las experiencias. En el cruce entre descolonialismo, feminismo y comunicación alternativa, lo que se realza es la dimensión política de la comunicación.

El texto de Yair Cybel se inscribe también en “el campo de la estratégica pero poco valorada sistematización de experiencias”: da testimonio de la organización del emergente sector de medios digitales populares. Pero la

intención es, además, “abrir debates y correr el eje de la discusión en el campo de la comunicación popular”. Desde la experiencia de la Red de Medios Digitales, renueva preguntas y apuesta a problematizar la concepción de “los adversarios”, del Estado, de las plataformas de redes sociales, los mecanismos de financiamiento, la integración latinoamericana en materia de comunicación popular, lo digital como territorio y la necesidad, aún, de la acción común y organizada.

Por su parte, Rodrigo Ezequiel García y Ana Laura Hidalgo escriben sobre *Comunicando andamos*, una publicación nacida durante la pandemia de Covid-19, concebida como herramienta de socialización de las prácticas de diversas organizaciones de la localidad de Tilisarao, en el norte de San Luis. Es una experiencia que habilita la participación colectiva para visibilizar las inquietudes y opiniones de los actores de la comunidad. En esa acción de “comunicar derechos humanos”, lxs autorxs sitúan la posibilidad de “transformar relaciones asimétricas de poder: potenciar las voces minoritarias; discutir políticamente el orden hegemónico de las cosas; accionar, en fin, para la consecución de derechos y en pos de la justicia social.”

El cuarto artículo se centra en la pregunta acerca de la sostenibilidad de los medios sin fines de lucro “en el marco de una economía mercantilizada y concentrada”. Carlos Leiggener se apoya en un estudio de caso: analiza el periódico *El Megáfono*, editado desde 2004 por la Cooperativa de Trabajo Bases Limitada, en la ciudad de Río Cuarto, Provincia de Córdoba. El estudio propone tres ejes: trabajadores emergentes de un mundo cambiante, la participación como sostén y “la comunicación en el medio”, tal el título del artículo.

Carlos Rodríguez Esperón reconstruye la historia de *Radio Noticias del Continente*, emisora creada en el marco de las acciones políticas y militares de la organización Montoneros. Emitió desde Costa Rica entre 1979 y 1981, primero como voz internacional del sandinismo, e inmediatamente después con una programación centrada en la violación de los derechos humanos, la situación política y económica en Argentina y la cobertura de las operaciones de Montoneros. El análisis evidencia las “relaciones directas entre acciones en el plano de lo simbólico y objetivos de la organización político revolucionaria” y las tareas de contrainformación de la emisora como parte del entramado comunicacional de la Contraofensiva.

La experiencia del Instituto Cultura Popular (INCUPO) es el eje del artículo de María Cecilia Telleria. En la región del Gran Chaco argentino, con su sede principal en la ciudad de Reconquista, al noreste de la provincia de Santa Fe, INCUPO es pionero en nuestro país en la articulación de comunicación comunitaria y educación popular. Los proyectos de alfabetización dirigidos a los sectores populares campesinos e indígenas a través de la radio fueron concebidos como un modo de promover la organización de estructuras de base como forma de superar las situaciones de marginalidad.

El artículo que completa esta sección se titula “Acceso a internet en comunidades indígenas del norte de Salta, Argentina”, de lxs autorxs María Florencia Ares y Emiliano Venier. El estudio da cuenta del desigual acceso a la conectividad que sufren las catorce naciones originarias de la provincia, revisa las políticas públicas que apuntan a garantizar la universalidad del servicio y da cuenta de las diversas formas de apropiación tecnológica por parte de las comunidades: desde herramientas de traducción de idiomas originarios y usos de redes sociales para impulsar emprendimientos culturales y de comercialización hasta el despliegue de infraestructura de conectividad. Lo que subyace a estas iniciativas es el marco jurídico y conceptual que establece el acceso a internet como derecho y su apropiación por parte de las comunidades como herramienta de visibilización y denuncia de vulneraciones de derechos en el marco de los conflictos por la tierra, de deforestación o abusos por cuestiones étnicas.

Luego, dos entrevistas. La primera profundiza en las redes comunitarias de conectividad. Reúne las trayectorias y experiencias que Carlos Baca Feldman y Ana Müller desarrollan en México y en la provincia de Salta, respectivamente. Entrevistadxs por María Virginia Collivadino y Ramón Burgos, postulan la importancia de comprender las tecnologías y la posibilidad de incidir en ellas. Reivindican la organización comunitaria, analizan sus fortalezas y debilidades y las continuidades entre radios y redes comunitarias de conectividad, “que están hablando de lo mismo: el derecho a la comunicación”.

La segunda entrevista propone un diálogo entre Marita Mata y Washington Uranga, coordinado por Larisa Kejval y Paula Castello, con el fin de revisar analíticamente cuarenta años de comunicación popular, a cuarenta años de la recuperación de la democracia en Argentina. La conversación, protagonizada

por quienes tuvieron un papel fundamental en la propia constitución de la comunicación popular en América Latina, discurre entre recuerdos personales, los principales debates atravesados a lo largo de cuatro décadas y los desafíos contemporáneos de una comunicación con horizonte transformador.

En la sección dedicada a las reseñas de libros, Florencia Tolava escribe sobre “Comunicación Popular y Alternativa: una revisión dialogada”, de Claudia Villamayor y Natalia Vinelli (editoras), publicado este año por Mil Campanas: “una memoria viva de la comunicación popular, alternativa y comunitaria de estos tiempos” a través de los relatos y reflexiones de mujeres, desde una perspectiva de género y feminista.

Cierra esta edición la reseña de “Narrativas transmedia para aprender y enseñar: ecologías ampliadas en la cultura digital”, de Mariana Ferrarelli (compiladora), editado por Grupo Magro Editores (2023). Con una escritura hipertextual, Nicolás Casado recupera las voces de lxs docentes que en el libro comparten sus exploraciones de prácticas formativas transmedia y los modos en que sus tareas fueron resignificadas.

A todxs ellxs, lxs autorxs de los artículos, agradecemos que sus investigaciones y reflexiones formen parte de este número de la Revista Argentina de Comunicación (RAC) de la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social (FADECCOS). Agradecemos también a lxs evaluadorxs, al Consejo Editorial, a lxs asistentes editoriales y diseñadorxs.

RAC

artículos

**RAC**
Revista Argentina
de Comunicación

La dimensión política de la comunicación con “El Jardín de las y les presentes: feria y festival feminista”

The political dimension of communication with “El Jardín de las y les presentes: feminist fair and festival”

Rocío Mariana Aragón

Licenciada en Comunicación Social - UNJu/FHyCS.
aragonrociomariana@gmail.com

Fecha de Recepción: 28/07/2023 - Fecha de aprobación: 19/09/2023

Cómo citar: ARAGÓN, R. M. (2023). La dimensión política de la comunicación con “El Jardín de las y les presentes: feria y festival feminista”. *Revista Argentina de Comunicación* 11(14), 15-41.



Resumen

Este artículo forma parte de la investigación realizada para mi tesis de grado. En ella nos propusimos recuperar algunas voces de una colectiva jujeña de trabajo y de militancia “El Jardín de las y les presentes: feria y festival feminista” (en el periodo 2017-2020) para conocer su historia, visibilizar y sistematizar su trabajo, experiencias, saberes, acciones y reflexiones. Nos interesa particularmente construir otros lugares de la enunciación, relocalizando el pensamiento y aprendiendo de las experiencias desde un posicionamiento feminista y descolonial. Dada la extensión de la investigación, para este artículo esbozaremos brevemente el entramado teórico-metodológico-epistemológico, transversalizado por el giro descolonial, el feminismo y la comunicación alternativa; como así también recuperaremos la estrategia metodológica elegida, el montaje de fragmentos testimoniales. También realizaremos un breve montaje que contiene la narrativa de las participantes de El Jardín en torno a su construcción identitaria y la potencia de nombrarse “presentes” y feministas en un contexto tan doloroso y angustiante como posibilitante, de esperanza, resistencia y organización colectiva para la transformación social.

Palabras claves

Comunicación, feminismos, descolonización, colectiva feminista

Abstract

This article is part of the research done for my undergraduate thesis. In it we proposed to recover some voices of a work and militancy collective in Jujuy "El Jardín de las y los presentes: feria y festival feminista" (in the period 2017-2020) to know its history, make visible and systematize their work, experiences, knowledge, actions and reflections. We are especially interested in building other places of enunciation, relocating thought and learning from experiences from a feminist and decolonial position. Given the extension of the research, for this article we will briefly outline the theoretical-methodological-epistemological framework, transversalized by the decolonial turn, feminism and alternative communication; as well as we will recover the chosen methodological strategy, the montage of testimonial fragments. We will also make a brief montage containing the narrative of the participants of El Jardín about their construction of identity and the power of naming themselves "present" and feminists in a context as painful and distressing as it is enabling, of hope, resistance and collective organization for social transformation.

Key Words

Communication, feminisms, decolonization, feminist collective

Para introducirnos

Este artículo es parte de la investigación realizada para mi tesis de grado. En ella nos propusimos recuperar algunas voces de “El Jardín de las y les presentes: feria y festival feminista”, una colectiva jujeña de trabajo y de militancia (en el periodo 2017-2020) para conocer su historia, visibilizar y sistematizar su trabajo, experiencias, saberes, acciones y reflexiones. Nos interesa particularmente construir otros lugares de la enunciación, relocalizando el pensamiento y aprendiendo de las experiencias desde un posicionamiento feminista y descolonial por ello en dicho trabajo se optó por un enfoque teórico-metodológico-epistemológico transversalizado por el giro descolonial, el feminismo y la comunicación alternativa, entramado que nos permitió entablar un diálogo con una experiencia que se narra a sí misma, otorgándole un estatuto significativo en la producción de conocimientos. Se trabajó con entrevistas en profundidad semiestructuradas y se realizó un *montaje de fragmentos testimoniales*¹ en el cual se puede leer, en las voces y relatos de sus protagonistas la historia de la colectiva, así como también las implicancias que tuvo en sus vidas cotidianas, mostrando también las historias personales. El montaje recupera las palabras, citadas textualmente, de las personas entrevistadas, con la intención de “collagear” sus voces y formas de contar lo vivido durante la existencia de la Feria, para armar un relato plural y conocer los hilos que lo recorren y las disputas que sostuvieron: la necesidad de visibilizar las problemáticas y desigualdades de género, los cuerpos como territorios y los territorios como cuerpos, la violencia sistemática, la potencia de nombrarse, la toma de la palabra, la recuperación del espacio público como espacio habitado, como actos de resistencia y disputa, la colectividad organizada, el trabajo y la autonomía, la maternidad, la crianza, los vínculos. Cada fragmento nos permite conocer y profundizar en las interpretaciones subjetivas, las cargas significativas que le otorgaban a la colectiva, a su hacer/pensar cotidiano, a las

¹ La elección del montaje de fragmentos testimoniales parte de comprender que es la polifonía de voces la que nos permitirá conocer la situacionalidad partir de los relatos de las entrevistadas. Las formas que toma ese ordenamiento dejan entrever mi postura como investigadora.

transformaciones que vivenciaron tanto durante el proceso de consolidación de la Feria y Festival, como de sus propias militancias, ya que relatan que fueron transformadas en y por este proceso.

Dada la extensión de la investigación, para este artículo esbozaremos brevemente el entramado teórico-metodológico-epistemológico, trayendo un pequeño montaje de fragmentos con la narrativa de las participantes de El Jardín en torno a su construcción identitaria y la potencia de nombrarse “presentes” y feministas en un contexto tan doloroso y angustiante como posibilitante, de esperanza, resistencia y organización colectiva para la transformación social.

El jardín de las y les presentes: Feria y festival feminista

“El Jardín” es una colectiva de mujeres y disidencias sexuales autoconvocadas que se reúne a fines de 2017 para organizar una feria y festival ante el desempleo, la precarización laboral y la feminización de la pobreza y también como forma de manifestarse ante los femicidios en la provincia, atravesadas por los debates que se daban a nivel nacional a raíz del Ni una menos, la Campaña por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito y los paros por el Día internacional de la mujer trabajadora (8M).

Desde su inicio la participación fue asamblearia y como estrategia de visibilización decidieron realizar la feria y festival ocupando espacios públicos de la ciudad², principalmente en la zona centro-sur de San Salvador de Jujuy. El principal objetivo era generar un espacio laboral que fuera accesible, libre de trabas burocráticas y lógicas excluyentes, vinculado a la economía popular y a la construcción de redes de cooperación entre quienes participen. Surge como un espacio de mujeres y disidencias sexuales, entendiendo que son quienes padecen la exclusión del empleo formal, están encargadxs del sustento de sus hogares/familias y llevan adelante tareas de cuidado y crianza. A su vez se apostaba a ampliar y fortalecer su participación y fundamentalmente promover la redistribución del poder y la toma de decisiones en un contexto sensibilizado por la desigualdad de acceso,

² La Feria y Festival se realizó en plazas de San Salvador de Jujuy, en la plaza “Ricardo Vilca”, el Parque San Martín, El Centro Cultural Éxodo Jujeño y La Plaza Italia.

participación y representación de las mujeres en distintos espacios sociales, artísticos y laborales.

La primer Feria se realizó el 18 de noviembre de 2017 en la “Plaza Ricardo Vilca” al lado Teatro Mitre (Barrio Centro) y fue transitando por distintas plazas hasta que se decidió ocupar la Plaza Italia en 2018, situada frente al Penal (Barrio Gorriti). En cada encuentro se hacía una *feria* de productos (artesanales, comidas caseras, indumentaria, cosmética, libros, accesorios, medicina alternativa) y servicios (tatuajes, peluquería, etc.), acompañada de un *festival* con una grilla cultural que promovía la participación de artistas mujeres y de comunidad LGTTBI, brindando escenario a quienes históricamente son invisibilizadx. También se realizaban espacios de talleres libres para que circule el conocimiento y la información. En cada encuentro se realizaba una radio abierta (Argote, 2012) en la que se planteaban temáticas de agenda, coyuntura, entrevistas, promoviendo la circulación de la palabra, recuperando y valorando las experiencias de sus protagonistas, acercando información sobre temas de salud sexual, maternidad, amor romántico, vínculos sanos, crianza, potenciando la toma del espacio público con la presencia y con la voz para ser visibles y audibles. Las asambleas y plenarias fueron espacios de organización, distribución de tareas y roles, pero también de formación interna. A partir de estos espacios se trabajó y se fortaleció el posicionamiento político de la feria y festival. Toda la estructura se sostenía de manera independiente y autogestiva, con el aporte de sus participantes, por medio de rifas y sorteos para quienes se acercaban a comprar. También se habilitaba el espacio para el trueque o intercambio de productos y servicios.

Metodológicamente para poder conocer la historia³ se recuperaron algunas voces de El Jardín por medio de entrevistas en profundidad semiestructuradas a 7 personas que fueron parte desde su inicio en 2017 o que se sumaron durante el periodo previamente mencionado 2017-2020. La herramienta elegida nos posibilitó una instancia de diálogo, dando lugar a la rememoración y reconstrucción,

³ Desde su surgimiento a fines del año 2017 hasta el 2020, año en que como la mayoría de las actividades sociales, se vio interrumpida por el aislamiento social preventivo y obligatorio por la pandemia de COVID-19. En mayo de 2022 nos encontramos con algunas integrantes de la colectiva a poner en conversación lo vivenciado hasta este momento.

recuperando las diversas narrativas de lo vivido, tanto subjetiva como colectivamente.

La experiencia es parte del lenguaje cotidiano, esta imbricada en nuestras narrativas y sirve como una manera de hablar de lo que ocurrió, de establecer diferencias y similitudes. Es siempre una interpretación que luego será reinterpretada: lo que cuenta como experiencia no es ni evidente, ni claro y directo, está siempre en disputa y por lo tanto es político (Scott, 2001). En esta búsqueda, es que nos interesa recuperar el valor significativo de la experiencia y las narrativas que de ella surgen: cómo se dio el proceso, cual es la historicidad de las prácticas y sus protagonistas, rastreando los sentires, haceres y saberes producidos en ellas. Reivindicando la experiencia y poniendo atención en lo particular, allí donde entra la subjetividad, la vivencia con toda su complejidad. La potencia del pensamiento anclada en nuestros cuerpos y territorios con experiencias, afectos, recursos, deseos, expectativas, trayectorias, memorias y esperanzas.

Las raíces de El Jardín

Ante un contexto local y regional atravesado por índices alarmantes de femicidios, transfemicidios, travesticidios y la visibilización de las violencias de género, contra los cuerpos y los territorios, desde el 2015 con el grito del “Ni una menos”, se fortaleció la organización y ganó visibilidad el movimiento de mujeres, travestis, trans, no binaries y disidencias; con sus demandas y denuncias. Irrumpieron colectivos que luchan contra las violencias de género en y desde distintos territorios. Esa emergencia de activismos feministas se da en toda Latinoamérica y en Argentina (Garita, 2019), y muestra nuevas formas de militancia, ya no en su sentido asociado exclusivamente a lo partidario sino de acción colectiva.

El Jardín de las y les presentes, es parte de esas emergencias, situada en Jujuy surge en 2017 íntimamente vinculada a la expansión del movimiento feminista en la provincia. Nos interesa profundizar en los sentidos que se construyeron de manera colectiva en torno al feminismo, en la multiplicidad y diversidad de procesos subjetivos que se desataron y que fueron de muchas maneras contenidos en la militancia, como acción colectiva, volviéndose un espacio dónde compartir dolor, bronca, tristeza, pero también la alegría y la esperanza de la organización para visibilizar e intentar modificar la realidad. Nos interesa conocer que sentidos

adquirió la presencia, el poner el cuerpo, ya que creemos que surgieron nuevas formas de habitar el espacio, de vincularse y de estar juntxs y estar en contra.

La dimensión política de la comunicación

Elaboramos un entramado teórico-metodológico para acercarnos a El Jardín y construir un dialogo de saberes, recuperar su experiencia, conocer los sentidos que de ella se desprenden y aportar a la construcción de una memoria feminista. Los sentidos y saberes surgidos de El Jardín son parte de un proceso que es posible abordar desde una mirada comunicacional que recupere las subjetividades de sus participantes. El proceso comunicacional se da en la interacción de percepciones de sus protagonistas, en el ejercicio crítico de reconocer la realidad, la búsqueda de herramientas para comprenderla y generar posicionamientos alternativos, en la toma de la palabra y el espacio, acciones que cuestionan y desnaturalizan los relatos y sentidos hegemónicos, rompiendo el silencio impuesto y poniendo a circular otras narrativas existentes e invisibilizadas.

Entendemos a la comunicación como una práctica social, un proceso de producción de sentidos y conocimientos, intercambio y negociación de formas simbólicas y culturales (Uranga, 2011; Torrico Villanueva, 2017) que va construyendo consensos sociales. No se trata de una comprensión instrumental, sino que:

“...refieren a la forma como a través del intercambio comunicativo, los actores sociales generan conocimiento, cómo desarrollan su acción política en la sociedad y de qué manera todo ello se transforma en significaciones que, en medio de la lucha simbólica, buscan constituirse en sentidos socialmente predominantes” (Uranga, 2011, p 1).

Realzamos esta dimensión política de la comunicación (Uranga, 2011; Gardella, 2018) entendida como proceso de transformación social:

“dimensión política de la comunicación como perspectiva y como dimensión de los procesos sociales: mira las luchas sociales cuando ellas acontecen aquí y ahora, recuperando la historicidad de las prácticas y sus protagonistas, rastreando los saberes producidos en ellas y objetivando las nociones y perspectivas que no tienen una racionalidad, sino varias. Se trata de un saber situado que se

preocupa por comprender la comunicación en contextos específicos. Saber y aprender de experiencias son ubicados en contextos no como exterioridades sino como tejido comprensivo político, cultural económico, tecnológico y social” (Villamayor, 2018, p. 8).

Reconocemos El Jardín como una experiencia potente que incidió en el territorio al ocupar las plazas, apropiándose del espacio público, visibilizando y disputando los sentidos predominantes: el lugar atribuido a las mujeres en el ámbito de lo “privado”, la casa y la crianza, la relación de las mujeres de la economía popular con lo público, las tareas de cuidado, la precarización y la feminización de la pobreza, poniendo a circular discursos contrahegemónicos, acercando información y ampliando las posibilidades a quienes participan como feriantes o como consumidoras. Para este artículo focalizaremos en la potencia de la organización en torno a la presencia feminista, que asume otras formas de ser-estar poniendo el cuerpo, de participación política y de militancia.

El desde dónde de la investigación

Nos situamos en la corriente del giro descolonial (Dussel 1995, 2001, 2008; Castro Gómez, 2013; Grosfoguel, 2013; Ochoa, 2018), tomando al hecho histórico y social del proceso de expansión y colonización europea a partir de 1492, como la contracara de la modernidad entendida como el aparato ideológico que dio sustento y legitimidad a la colonialidad, del que se desprende toda la tradición de las ciencias sociales (Lander, 1993; Dussel, 1995; Bruce, 2015). . . . En este revisionismo que propone el giro descolonial a partir de la colonialidad/modernidad, abordamos las “genealogías” de la comunicación (Torrico Villanueva, 2018) como campo disciplinar dentro de las ciencias sociales y también el surgimiento de la comunicación alternativa y popular en Latinoamérica (Burgos y Bustamante, 2011) como proceso de disputa entre una comprensión instrumental, lineal y mercantil de la comunicación hacia entenderla como un derecho humano garante del ejercicio de derechos, profundizando en su dimensión política y atendiendo a su potencia de transformación social, en personas y movimientos que se apropian de la palabra expropiada para disputar sentidos e intervenir en la cotidianidad. El feminismo motoriza y transversaliza esta reflexión

en sus tres dimensiones entretreídas: como teoría política, epistemología crítica y movimiento social.

Al ser en la lengua dónde se configura el pensar, tensionamos el lenguaje sexista y binario. Por ello se usará de manera fluida x, a, @, e, sustantivos colectivos y artículos, dando lugar a las formas de nombrar que reconocen las diferencias existentes, para balancear las asimetrías de poder vigentes en nuestro lenguaje.

Giro descolonial y epistemologías del sur

Como punto de partida construimos una problematización teórico-metodológica, de fondo epistemológica, que nos permite explorar, elegir y abonar otros modos de acercamiento a la hora del saber en la academia, reconociendo las relaciones entre saber/poder existentes y poniéndolas en tensión.

En nuestra América durante los años 80 y 90 se dio una oleada neoliberal que tuvo como contraparte un conjunto de luchas, resistencias y movimientos sociales que visibilizaron el fracaso del “paradigma civilizatorio occidental”, develando las jerarquías visibles e invisibles que se sostienen sobre la dicotomía fundante: *civilización vs barbarie*. La “postmodernidad” se fue perfilando como el paradigma que trazaba una ruptura con la modernidad. Sin embargo, desde nuestro continente, se cuestionaron las implicancias y consecuencias de la empresa civilizatoria colonial moderna a partir de la experiencia de conquista y colonización de las poblaciones originarias de estos territorios. Antes que pensar si la modernidad culminaría con los discursos de posmodernidad en occidente, se esboza la pregunta sobre ¿qué tipo de modernidad tenemos? ¿Cómo llega a América Latina? Así a fines de los 90 se profundizaron los debates en torno a la “herencia colonial”, debates reunidos en el autodenominado Grupo Modernidad/Colonialidad, que establece un dialogo con diversas tradiciones de pensamiento crítico, algunas corrientes del pensamiento social, tales como la teoría de la dependencia, el análisis del sistema- mundo, los feminismos negros, el marxismo contemporáneo y los estudios poscoloniales (Castro-Gómez, 2013). Estos estudios a través de la revisión histórica del proceso de expansión, conquista y colonización europea de América Latina en 1492 retoman la centralidad del hecho colonial en nuestras historias y su contracara, la modernidad europea. La modernidad atravesada por la razón cartesiana, es el relativo aparato ideológico que da sustento y legitimidad a la colonización, y en cuyo marco se inscribe el

surgimiento de las ciencias. En este sentido, se encuentra en las raíces de pensamiento científico moderno un propósito colonizador (Ochoa, 2018).

Siguiendo a Dussel (1995) reconocemos dos nociones de modernidad. Por un lado, modernidad como un concepto eurocéntrico, regional: la emancipación, la “salida” de la inmadurez por un esfuerzo de la razón como proceso crítico, que abriría el desarrollo del ser humano, que se cumpliría en Europa del siglo XVIII. Esta mirada es eurocentrada porque coloca como punto de partida de la “modernidad” fenómenos intraeuropeos y no necesita más que a Europa. Por otro lado, el hecho de que se sitúa en el centro de la historia mundial. Con la colonización, la tierra se torna lugar de una sola “historia mundial”, que es solo la historia de Europa y constituye a su vez a las otras culturas como periféricas (antes los sistemas culturales coexistían entre sí) (Wallerstein, 2007). Desde 1492, la Europa moderna usará la conquista de Latinoamérica como trampolín para sacar ventaja comparativa con las otras culturas antiguamente antagónicas. Consigue cierta “superioridad” por la acumulación de riqueza a partir del saqueo y la expropiación a Latinoamérica (Minas de Plata de Potosí y Zacatecas) y otras regiones colonizadas. Es por esto que entramos en la modernidad como “la otra cara”, la dominada, explotada y encubierta.

El campo epistémico es hegemonizado por un pensamiento “universal”, más allá del tiempo y del espacio. En el siglo XVIII, la ilustración adopta así a la ciencia moderna como modelo de todo saber. La importancia que adquieren las ciencias sociales en el siglo está ligada a la preocupación de los estados por modernizar sus estructuras, quedando así evidente la relación intrínseca entre la configuración de los saberes y los procesos históricos-sociales que conforman su contexto de emergencia (Bruce, 2015). La jerarquización de una forma de racionalidad frente a otras es lo que el eurocentrismo constituyó como parámetro de comparación con los otros pueblos, se impuso como la universalmente legítima, invisibilizando y ocultando que coexisten temporalmente racionalidades diversas. El conocimiento producido desde otras experiencias históricas y sociales se consideró inferior, volviéndose el argumento que legitimó a lo largo de la historia del siglo XVI cuatro genocidios epistemicidios: contra musulmanes y judíos en la conquista del Al-Ándalus, contra los pueblos indígenas/Abya Yala, en la conquista de Latinoamérica y luego en Asia, contra africanos con la esclavización en América Latina como así también contra las mujeres que practicaban y circulaban conocimiento indoeuropeo, quemadas por “brujas” (Grosfoguel, 2013).

Los saberes modernos y su eficacia naturalizadora se construyen en sucesivas separaciones del mundo, parten de una ruptura ontológica entre cuerpo-mente, razón-mundo, sujeto-objeto, produciendo un conocimiento “descorporeizado y descontextualizado” que pretendía ser des-subjetivado y universalizable. Siguiendo a Dussel (2008), la visión cartesiana de “pienso, luego existo” argumenta que el “yo” que piensa, produce un conocimiento equivalente a la visión del “ojo de dios”. Como sostiene Castro-Gómez (2013) esta filosofía asume la epistemología del “punto cero”: un punto de vista que no se asume a sí mismo como tal. El conocimiento “verdadero”, debe fundamentarse en un ámbito incorpóreo y la certeza del saber es posible en la medida en que se asiente en un punto de observación inobservado, previo a la experiencia.

Este revisionismo que propone el giro descolonial, nos insta a visitar las “genealogías” de la comunicación como campo disciplinar dentro de las ciencias sociales en el marco de la modernidad/colonialidad (Torrice Villanueva, 2018) pensándolas de manera situada con el surgimiento de la comunicación alternativa y popular en Latinoamérica. Procesos de disputas entre una comprensión instrumental, lineal y mercantil de la comunicación, centrada en los medios de comunicación, la transmisión y la persuasión, hacia la comunicación como un derecho humano posibilitante y garante del ejercicio de derechos, atendiendo y profundizando en su dimensión de práctica social, en su dimensión política de transformación social.

El pensamiento descolonial, los feminismos y la comunicación alternativa, son corrientes contrahegemónicas que nos interpelan a innovar en las lógicas de producción intelectual y las formas de vincularnos a la hora del saber. Este entramado nos permite trabajar en el reconocimiento de conocimientos nacidos de diferentes ámbitos, sensibilidades y cosmogonías y que se desprenden del pensamiento y las existencias humanas y sociales, que al tener historia se vuelve posible y necesario tomar lo que de ellas surgen en términos de aprendizajes (Villamayor, 2016).

Pensamos desde un espacio en estructuras de poder y hablamos desde un lugar (locus) de enunciación, una ubicación geopolítica y corpo-política. La/s perspectiva/s que abre el giro descolonial, en el sentido de situación a partir de la cual se observa, piensa y conoce, posibilita una entrada y una práctica analítica y de teorización distintas de las usadas por la tradición científica. Esta nueva “colocación intelectual” (Torrice Villaroel, 2017) se enfrenta a los saberes

hegemónicos y, por tanto, al tiempo que cuestiona las certezas y procedimientos del conocimiento “oficial”, abre otros márgenes para la interpretación de los procesos sociales y sus proyecciones. Reconociendo las lógicas modernas vigentes en nuestras prácticas y trastocándolas, quizás podamos comprender en su profundidad y riqueza los procesos y prácticas sociales de los que somos parte (Villamayor, 2016). Se trata en suma de porqué y cómo pensamos y para qué lo hacemos. Ponemos en tensión la universalidad racional pretendida por el aparato cognitivo que sustenta y reproduce las desigualdades raciales, de género, de clase; y que con violencia se impuso sobre otras comprensiones, lecturas y posibilidades de mundos.

Superficie sintagmática del presente

Tomaremos la noción de “superficie sintagmática del presente” (Rivera Cusicanqui 2015) ya que nos sirve para dar cuenta de un aquí-ahora de un “continuum⁴ vivido”, como yuxtaposición aparentemente caótica de huellas o restos de diversos pasados, que se plasman en *habitus*⁵ y gestos cotidianos, en formas de ser y de estar, sin que tengamos plena conciencia de los aspectos negados y críticos de estas constelaciones multitemporales. Como categoría nos permite situarnos *temporo-espacial* y *realizar* abstracciones ancladas en nuestras experiencias y vivencias tanto individuales como colectivas. Situarnos en este tiempo/espacio como superficie y movilizar actos de memoria subjetivos y comunitarios para recuperar saberes y prácticas, abrir el juego a otras posibilidades desde la superficie sintagmática del presente. Un aforismo aymara que retoma la autora es “*qhipnayr uñtasis sarnaqapxañan*”⁶ (Rivera Cusicanqui, 2015) que significa: mirando atrás y adelante (al futuro-pasado) podemos caminar en el presente-futuro, y para caminar hay que mirar. Este giro que implica no mirar “hacia adelante”, sino mirar hacia atrás, ver el pasado para poder caminar, resignifica la temporalidad

⁴ Esta noción explica cómo varía un determinado ser vivo, objeto o proceso, a través de una transición progresiva en un espacio de tiempo determinado.

⁵ En el sentido que plantea Bourdieu, el conjunto de esquemas a partir de los cuales los sujetos perciben el mundo y actúan en él.

⁶ Aforismo aymara cuya traducción aproximada sería: hay que caminar por el presente mirando (frente a los ojos) el pasado, y (cargando) el futuro a la espalda.

en sentidos no-lineales. En disidencia con la linealidad de la modernidad, el pasado, es el que estaría delante nuestro, es todo lo que vivimos y vivieron nuestros predecesores y es lo que tenemos a la mano para intervenir en el presente- futuro. Presente cargado de sentidos y de herramientas, que contiene raíces que se pueden localizar en el pasado para trabajar desde allí. Desde esta superficie sintagmática del presente, potenciándola como un lugar de la enunciación y presencia, hacemos ejercicios de revisión y proyectamos horizontes posibles. Esta reinterpretación del tiempo, propone una serie de giros que tensionan las bases de la modernidad, las ideas positivistas de progreso y jerarquización, concatenadamente tensionan nuestra forma de hacer, de pensar, de sentir, de vincularnos con lxs otrxs, lxs sujetxs que son parte de nuestros trabajos de investigación. Recuperamos la superficie sintagmática para dar cuenta de la multiplicidad de vivencias y de cómo cada unx llega, en el sentido de qué trae consigo, individual y colectivamente, cómo llegamos hasta aquí.

La comunicación alternativa: el derecho a decir

En el campo de teorización Latinoamericano sobre la comunicación nos encontramos con la comunicación alternativa, popular y comunitaria. Se ubica al surgimiento de estas prácticas en la década de 1940, con la aparición de las radios mineras y educativas en Bolivia y Colombia (Burgos y Bustamante, 2011; Uranga, 2011). Estas experiencias que se expandieron desde los años 60 y 70, en un contexto de grandes movilizaciones populares, viraron y resignificaron el por qué y el para que de la comunicación y los medios. Comprometida con los movimientos sociales, vinculada a los sectores populares y subalternos surgió como una “forma otra” de hacer comunicación promoviendo el ejercicio del derecho a la comunicación.

En este sentido, la comunicación alternativa está relacionada con un proyecto histórico transformador, lo que la vuelve alternativa es el horizonte al que apunta. Mata (2015) señala que estos proyectos tienen la voluntad de romper un silencio impuesto. Implica poder pronunciar las palabras acalladas por el poder económico y político, alude a cuestionar el poder de quienes establecen las reglas del decir, el poder de los dueños como el de quienes habilitan o deslegitiman voces, temas, lenguajes y modalidades expresivas en distintos espacios y tiempos.

El Jardín desde sus inicios tiene la voluntad de decir y lo hace desde el nombrarse y posicionarse políticamente. Rompe con el silencio y la invisibilización impuesta, nombra lo que antes no se nombraba, ocupa el espacio público y haciéndose presente tensiona el sistema que produce, sostiene y legitima las desigualdades. Visibiliza y tensiona como espacio de encuentro y de trabajo las condiciones desiguales e injustas que se encuentran en las historias personales, en la vida cotidiana, individual y comunitaria.

Indisciplinar la investigación para aprender de las experiencias

En el sentido que estamos desarrollando, se plantean revisiones teórico-metodológicas que nos permitan acercarnos a la experiencia en sentidos dialógicos, en un hablar “con” otrxs y no hablar “de” o “sobre” otrxs. Hacer, pensar y sentir desde la comunicación alternativa, feminista y descolonial nos convoca a revisar nuestros modos de acercarnos y a las dinámicas que tomamos a la hora de producir conocimiento.

Al plantearnos un dialogo de saberes, es necesario desplazar a la investigación desde la objetualidad hacia la situacionalidad (Haber, 2011). Explicitar el lugar social, ético, político, epistémico desde el cual se produce conocimiento, el reconocimiento de la trinchera (Haber, 2011) nos posibilita pensar junto y con lxs otrxs, que ya no son objeto de investigación, sino sujetxs parte del dialogo que articulamos entre diferentes sectores de la sociedad para recuperar, valorar y co-construir conocimientos. Este trabajo se interesa en aquellas indagaciones en torno al reconocimiento y a la producción de saberes situados, que se ocupan de indagar y comprender la comunicación en contextos específicos (Villamayor, 2018), atravesados por relaciones de poder e imbricándose situacionalmente, la diferencia y la desigualdad.

La comunicación alternativa, comunitaria y popular se construye en impugnaciones y resistencias contrahegemónicas y es en este sentido un vasto cauce de teorización a partir de las experiencias, en diálogos y tensiones, encuentros y desencuentros. Se nutre de epistemologías que abren el juego a otros modos de construir conocimiento, partiendo del reconocimiento de formas plurales de conocer (Villamayor, 2016). Al tratarse de sectores subalternos, también nos insta a pensar en la interseccionalidad de las categorías de dominación y la opresión que son encarnadas, vividas y pueden reconocerse en esta situacionalidad: la cuestión

de clase, de género, de racialización, son co-constitutivas de nuestras identidades latinoamericanas y jujeñas y también atraviesan la búsqueda y construcción de posicionamientos alternativos y contrahegemónicos.

Nos interesa un modo de producir saber vinculado a nuestras luchas y comprendido en ellas, tomando la comunicación como perspectiva para desnaturalizar conflictos, favorecer la voz de lxs afectadxs y aportar a la democratización de la palabra priorizando las voces históricamente perseguidas, menospreciadas y silenciadas (Villamayor, 2018).

¿Qué se nombra cuando se nombra?

El Jardín surge al caldo de luchas y reivindicaciones feministas situadas que movilizan el análisis, la crítica y el cuestionamiento al sistema capitalista/patriarcal moderno/colonial a partir de sus consecuencias palpables y reconocibles en la vida cotidiana de mujeres y disidencias. Ese ejercicio de reflexión colectiva se vuelve también un posicionamiento político en el escenario social, dado desde su identidad colectiva feminista, que irrumpe al nombrarse desde la presencia y ocupa las plazas y las calles.

Encontramos en El Jardín la poética y la mística de los feminismos y del movimiento social. ¿Por qué se nombraron así? En este apartado ahondaremos en esas razones, las implicancias de nombrarse, profundizando en qué es lo que se nombra cuando se nombra y lo hacemos en un montaje de fragmentos testimoniales, que recupera las palabras citadas textualmente de las compañeras entrevistadas, con la intención de “collagear” sus voces y formas de recordar lo vivido, para armar un relato plural. Sin grandes mediaciones compartimos sus relatos:

“Para mí el nombre era todo lo que podíamos ser ¿no? Un jardín muy diverso, con un montón de cosas. Y las presentes porque estábamos nosotras, pero también de alguna manera fue rememorar a las compañeras que no estaban: ¡sí, van a seguir presentes! Que es la postura feminista que pudimos adoptar en el momento, decir también revalorizamos y tenemos en cuenta todo esto y si, somos nosotras las presentes, las que estamos acá pero también son todas ellas que no están, pero sí están acá con nosotras” (Entrevista con PY, 2022).

“En un jardín hay una diversidad tremenda (...) y presentes porque nos estábamos nombrando creo que, por primera vez las mujeres: ¡acá estamos! O sea, no somos invisibles, nos está pasando esto. Y después también vinieron las disidencias” (Entrevista con LV, 2022).

“Para mí “El Jardín de las y les presentes”, me generaba esto de... de lo que significa cuando miras un jardín, de la vida que tiene y de la cantidad de cosas que suceden a través de las plantas. Yo trabajo con plantas ¿no? Ese poder de transformación y de ciclicidad, ese poder de vida y muerte y de resurgir que tiene la naturaleza, y que siento que es en concordancia con nosotros, con nosotras. Ese poder de morirte en tus ideologías, tus sentires, sentir que algo se muere y poder destruirlo y tener la posibilidad de reconstruirlo nuevamente y que eso sea belleza. Pasar por eso siento que tiene en parte el nombre. Y la presencia ¿no? Estamos acá, presentes con belleza, con amor, con alegría, con colores, no estamos presentes solo desde un solo modelo que se ve, de confrontación, de odio, de enojo. Si confrontábamos, si estábamos enojadas por momentos, si era todo muy contestatario lo que hacíamos, pero no desde un lugar violento, oscuro, hostil (...) El Jardín de las y les presentes, a mí me represento ese poder de transmutación, ese poder de vida...” (Entrevista con BM, 2022)

“Las presentes era hablar de quienes estábamos ahí físicamente y activamos, y también de presente, de hablar de las víctimas de femicidio, poder también hacer ahí un espacio de decir. Un espacio de lucha que reconociera a las víctimas, hacerlas presentes.” (Entrevista con TG, 2022)

“Por las hermanas Mirabal (...) hace rato dije que como que formábamos un gran capullo, las mariposas. Creo que era ayudarnos a eso, a ese tránsito. Presentes porque estábamos ahí, porque era eso de nuevo, presente. El presente, darnos cuenta del presente, volver al encuentro, mirarse los ojos...” (Entrevista con AA, 2022)

“Para mí fue eso, un Jardín, fue “mira todos estos colores” (...) Te digo, la sensación en todos mis sentidos de los colores era alucinante, era un jardín, posta, posta, posta. De las presentes, justo cuando había pasado lo de Anita⁷

⁷ Anita es una compañera jujeña víctima de femicidio.

fue como, acá estamos, acá estás, acá están todas y estamos todas. Las de ayer, hoy, mañana, estamos ahí, presentes.” (Entrevista con TA, 2022)

“Empezamos llamándonos “El Jardín de las presentes” (...) que nos gustó porque hacía más que nada referencia a las que ya no estaban, entonces era hablar de los femicidios, de las víctimas de femicidios, pero también traerlo a las que seguimos acá y a las que estábamos presentes. Y era esa responsabilidad de decir: este espacio nace por estas situaciones que venimos viendo, por este empujón del 2015 de una seguidilla de femicidios y que queríamos mostrar que había una resistencia a eso que teníamos naturalizado acá en Jujuy...” (Entrevista con MG, 2022)

“Después el nombre mutó y le agregamos “les” presentes porque fue una problemática que nos atravesó desde un montón de lugares, muchas disidencias, compañeres se acercaron al espacio sabiendo que era un espacio seguro, un espacio donde se podían permitir el disfrute, donde no se sentían juzgades ni un montón de cosas en sus procesos también de construcción de sus identidades” (Entrevista con PY, 2022).

Son las presentes de El Jardín quienes participan física y emocionalmente, en la evocación que señala la presencia de algunas ausencias, reivindicándolas en símbolos de permanencia, de memoria. Al pensar sobre la presencia y la ausencia, encontramos una relación genealógica con las Madres y Abuelas de Plaza de Mayo, quienes en contexto de dictadura militar asumieron la presencia como forma de protesta. Fueron mujeres quienes durante la transición democrática 1983-1990, dieron origen a las organizaciones más emblemáticas y persistentes de Derechos Humanos del país. Madres y Abuelas buscando a sus hijos y nietxs desaparecidos, se vuelven una referencia histórica para el movimiento de derechos humanos y para el movimiento feminista. Mujeres luchadoras que encuerpan la presencia en la calle, en la plaza, ante la cruel y brutal ausencia por las desapariciones forzadas de la última dictadura militar. En este sentido retomamos el “siluetazo” como práctica de memoria que evoca la “presencia de la ausencia” (Longoni y Bruzzone, 2008, p. 7). Esas siluetas representaban simbólicamente la presencia de desaparecidxs en la calle.

Son prácticas que no evocan, sino que realizan –son– ellas mismas la memoria. Implican a menudo modos alternativos de adueñarse física o simbólicamente del espacio público y, como en el caso del

Siluetazo, una apuesta estética y política novedosa. Como se sostienen en la participación colectiva, existen sólo en tanto existen individuos que las portan (Schindel 2008 p. 411, 412; en Longoni y Bruzzone, 2008)

Aprendimos de las Madres y Abuelas sobre estar presentes y permanecer en los espacios públicos aun cuando nos quieren desplazar, correr, ocultar, invisibilizar. A buscar, a mantener viva la memoria y volver cada vez a hacer presentes a quienes el terrorismo de estado desapareció, torturó y asesinó, y en este sentido, la presencia de la ausencia de todas las compañeras víctimas de femicidio, travesticidios y transfemicidios, en las hermanas Mirabal, acompañándonos aun en el dolor encarnado que ocasiona la violencia sistemática en la presencia, en el estar junto a otras y otrxs. La memoria se realiza en las prácticas de compañeras y compañerxs que ponen el cuerpo, que en acontecimientos colectivos vuelven a hacer presente lo ausentado, lo oculto, lo invisibilizado, que traen al presente a las que ya no están, nombrándolas, mostrando sus fotografías, contando sus historias, rememorando fechas, reclamando por justicia, exigiendo el esclarecimiento y el seguimiento de los procesos judiciales, acompañando a familiares.

Es este el sentido más elemental, conmovedor y potente que toma la presencia para El Jardín, la posibilidad de poner el cuerpo y los cuerpos, de encontrarse junto a otrxs que también atraviesan los mismos dolores e injusticias, de disponerse a la construcción colectiva y la acción conjunta. Se trata de la presencia de colectivos, identidades y experiencias que ponen el cuerpo, y que están en espacios que históricamente les son negados, expropiados reapropiándose de ellos en esos actos de presencia. Es también a partir de la presencia y de la posibilidad de ser con otrxs, en colectivo, que muchas disidencias e identidades no binarias, se acercan a El Jardín, reconociéndolo como un espacio de contención y de acción. Si bien comienza llamándose de Jardín de “las”, muta su nombre añadiéndole el pronombre “les” para nombrar a todxs aquellas identidades que se sumaron y no se representan en “las” mujeres-cis. Este cambio lo relatan como proceso también de transformaciones y crecimientos internos. Dentro de El Jardín hay una vasta elaboración colectiva sobre el qué pasa y el por qué, así como también organización ante lo que acontece que no necesita ser reinterpretada, sino que es necesario escuchar, visibilizar y aprender de ella.

Cierres temporales y aperturas posibilitantes

Creemos que la reapropiación de la palabra y la reivindicación del cuerpo como territorio es un ejercicio de descolonización, así como también la explicitación del lugar desde dónde se enuncia y se produce conocimiento, considerando cuales son las relaciones que mantenemos con quienes pensamos, pensando junto a otrxs, sin pretender separar mente-cuerpo sino integrándolo para la construcción de conocimiento situado, significativo y signifiante. Estas tramas que se arman y nos convocan, no son lineales, sino que se tejen en disputas, tensiones y luchas.

Nuestro interés fundamental radicó en recuperar la historia, experiencias y saberes de El Jardín, entablar una conversación para pensar con y aprender de ella, reconociéndole un valor significativo como una experiencia con múltiples dimensiones en su constitución, con potencia de transformación social, con la mística y la poética del movimiento que nos convoca a la presencia, a la memoria, a la construcción colectiva.

“La experiencia, pasada o presente, vivida por cada sujeto encarnado, sexuado y situado, que a la vez es artífice y artefacto de sus experiencias, es un proceso continuo a lo largo la existencia. La experiencia aparece como contradictoria porque puede ser a la vez singular o compartida, registrada o no en varios niveles, articulada o inarticulable, rememorada y rearticulada a través de la reflexión, productora de conocimientos y producida en ellos, con el potencial de producir actos de resistencia. Puede darse en los márgenes o en los centros, y toda teorización en el campo de las humanidades o de las ciencias sociales debería tomarla como punto de partida” (Bach, 2010, pp. 128)

Los relatos que reconstruyen integrantes de El Jardín, contienen lo personal, lo público, lo colectivo y lo político y nos permiten conocer de que están hechas esas carnaduras, que implicaron esos procesos a nivel colectivo, motorizando un espacio de autogestión, de trabajo y de encuentro, para ser plataforma de visibilización y organización, como así también las elaboraciones subjetivas que cada una pudo hacer sobre la vida cotidiana atravesada por la desigualdad, la violencia, la injusticia, la dependencia económica y la autonomía, la maternidad y la crianza compartida, sobre los vínculos, los afectos, el placer, el descubrir y cuidar el cuerpo-territorio. Este entramado nutre, cuestiona, interpela y aporta a nuestros

feminismos y transfeminismos situados porque como dijo una compañera, “estamos de este lado de la vida y vamos a pelear por vivirla dignamente”, por nosotras, las que estamos y las que siguen estando presentes en nuestras historias y memorias, por las que vendrán.

El Jardín muestra cómo los feminismos y transfeminismos se volvieron puntos de ancla para la organización, para articular demandas, reclamos y acciones, apostando a la transformación social: desde habilitar el trabajo hasta tomar la palabra para decir y denunciar, haciendo audible lo que antes estaba silenciado y haciendo visible lo invisibilizado, siendo lugar de contención para que muchas y muchxs pudieran fortalecerse, construir su posicionamiento y declararse a favor y en contra. La práctica feminista está cargada de teorizaciones, de ejercicios de construcción de posicionamientos, de revisiones, de conmoción, de bronca y dolor, de esperanza y de búsqueda de justicia y reivindicación, de alegría. Nos acercamos a esta experiencia reconociendo su fuerza como colectivo, por la politicidad que implica el “estar juntas/xs”, por la potencia al nombrarse, su fuerza al tomar y apropiarse del espacio público, para escuchar y conocer sus reflexiones en torno a las diversas problemáticas que reconocemos como militantes. Desjerarquizando, despatriarcalizando y descolonizando nuestras maneras de pensar, que son maneras de sentir, entender y vivir en el mundo con otrxs.

La comunicación entendida como proceso de producción de sentidos y en su dimensión más política, transversaliza esta experiencia que intenta disputar al manifestarse y permanecer en el espacio en una provincia que se caracteriza por ser conservadora, al gestionar una radio abierta para hablar de temáticas silenciadas y hacerlo públicamente con un micrófono y un parlante a todo volumen para que se escuche, al organizar y sostener una feria y festival que conlleva logística, organización, tiempo, cuerpo, voluntad, y hacerlo de manera independiente y sin financiamiento.

En este montaje de fragmentos, se intenta hacer presente su historia, recuperándola y sistematizándola, trayendo sus narraciones, acuerpando la disputa también en un espacio de saber/poder, para construir otras formas de producir conocimiento más dialógicas, intentando no caer en extractivismos ni monólogos de entendidxs. La producción de conocimientos feministas es una práctica política y discursiva en tanto es una forma de intervención en ciertos discursos hegemónicos (como las mismas ciencias), va en contra y se resiste al imperativo totalizador de los cuerpos de conocimiento “científicos” o “legítimos”. Las prácticas

de los feminismos están inscriptas en relaciones de poder a las que se enfrenta, resiste o quizás respalda y es en este punto que es importante la crítica hacia el interior de nuestras teorías y prácticas. Como gesto político y ético de descolonización feminista, consideramos importante retomar distintas historias poco o casi nunca contadas por la modernidad, por el patriarcado, por el racismo y el colonialismo.

Como camino que transitamos y se encuentra abierto, creemos necesario aportar a procesos de descolonización dentro de la universidad, rescatando diversas propuestas teóricas, metodológicas y epistemológicas, relocalizando el pensamiento y la acción, para anular la pretendida universalización de la modernidad occidental. Entablando diálogos y construyendo saberes con y desde las experiencias situadas, que impliquen rescatar diversas propuestas epistemológicas y políticas, recuperando otrxs autores y pensadores, así como también las historias poco contadas, las voces silenciadas, pensando, haciendo y diciendo a partir del cuerpo como territorio de la razón, con otras formas de pensar para trastocar el sentido moderno-colonial del conocimiento y en busca de la justicia social cognitiva.

Referencias bibliográficas

- ACCOSSATTO, R. y SENDRA, M. (2018). Movimientos feministas en la era digital. Las estrategias comunicacionales del movimiento Ni Una Menos. *Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*. Segunda Época (Año 6 no. 8 ago-dic 2018)
- ALVARADO, M. (2017). Experiencia y punto de vista como aperturas epistemológicas para una historia de las ideas de las mujeres del Sur. *Rev/ISE. Vol 9, N°9*. ISSN: 2250-5555. pp.57-167.
- ALVARADO, M (2018). Junturas teóricas para los feminismos del Sur. En *HERMENÉUTICA INTERCULTURAL. REVISTA DE FILOSOFÍA* N° 30. ISSN: 0718-4980. pp. 87-110
- ARAGÓN, R (2023). Sobre la dimensión política de la comunicación. Cuerpos y territorios habitados con “El Jardín de las y les presentes”. [Tesis de grado] UNJu.

- ARAGÓN, R (2018). El jardín de las y les presentes: Feria y festival feminista. Una experiencia de comunicación alternativa. Ponencia “*Jornada Regional de Investigación de la Comunicación: Comunicación y democracia*”. ALAIC. Bolivia.
- ARGOTE, R (2012). ¿Qué son las radios abiertas? Aproximación teórica sobre la práctica radial en el espacio público. [Tesis de grado] UNJu.
- BACH, A. (2010) Consideraciones introductorias; Cuando no hay palabras: experiencia y lenguaje y Atando cabos. Algunas conclusiones, en Bach, A. Las voces de la experiencia. El viraje de la filosofía feminista. (pp. 105-129) Ed. Biblos
- BARD WIGDOR, G. y ARTAZO, G. (2017) Pensamiento feminista Latinoamericano: reflexiones sobre la colonialidad del saber/Poder y La sexualidad. *Cultura y representaciones sociales. ISSN007-8110 (pp.193-219)*
- BURGOS, R. y BUSTAMANTE, F. (2011). Comunicación popular y alternativa en contextos de frontera. Una mirada desde el noroeste argentino. En XIII Congreso REDCOM “Fronteras, Praxis y Multiculturalidad: la comunicación en disputa”.
- BRUCE, B. (2015) Epistemología. Introducción a su problemática. 1° Ed. EDIUNJU.
- CAPPANNINI, C. (2013). La constelación benjaminiana como efecto de montaje. *ARTE E INVESTIGACIÓN 9* · noviembre 2013 · ISSN 1850-2334 (pp. 45 - 49).
- CARNEIRO, S. (2008). Feminismos disidentes en América Latina y el Caribe. Ediciones fem-e- libros (pp. 21 22)
- CASTRO-GÓMEZ, S. (2000). Ciencias sociales, violencia epistémica y el problema de la "invención del otro". En Lander, E (Ed.) La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas Latinoamericanas (pp. 145-161). CLACSO.
- CASTRO-GÓMEZ, S. (2013): Descolonizar la universidad. La Hibrys del punto cero y el diálogo de saberes”, en Castro-Gómez, S y Grosfoguel, R (Eds.). El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo (pp. 79-91). Siglo del Hombre

- CEJAS, M. y OCHOA, K. (coord.) (2021) Perspectivas feministas de la interseccionalidad. Universidad Autónoma Metropolitana.
- CURIEL, O. (2009). Descolonizando el feminismo: una perspectiva desde América Latina y el Caribe. En el Primer Coloquio Latinoamericano sobre Praxis y Pensamiento Feminista, organizado por GLEFAS y el Instituto de Género de la UBA.
- CRENSHAW, K. (2012) Cartografiando los márgenes. Interseccionalidad, políticas identitarias y violencia contra las mujeres de color. En Mendez (coord.) Intersecciones: cuerpos y sexualidades en la encrucijada [1991, ed. En inglés] (pp. 87-122) Ed. Bellatera.
- DUSSEL, E. (1995). Europa, modernidad y eurocentrismo. Revista Ciclos en la Historia, la Economía y la Sociedad, CLACSO.
- DUSSEL, E. (2008). Meditaciones anti-cartesianas: sobre el origen del anti-discurso filosófico de la modernidad. En Grosfoguel, R y Almanza, R (2012) Lugares descoloniales. Espacio de intervención en las Américas, Editorial Pontificia Universidad Javeriana (pp. 11-58)
- FRASER, N. (2006) “La justicia social en la era de la política de la identidad: redistribución, reconocimiento y participación”, en Fraser, N y Honneth, A (2006) “¿Redistribución o reconocimiento? Un debate político filosófico” Ed. Morata.
- GAGO, V. (2019) La potencia feminista. O el deseo de cambiarlo todo. Ed. Traficantes de sueños.
- GARCÍA VARGAS, A. (2000): Acción colectiva, visibilidad y espacio público en la construcción de la ciudadanía. Revista Latina de Comunicación Social, 35/ Extra Argentina.
<https://www.revistalatinacs.org/argentina2000/13gvargas.htm>
- GARDELLA, T et al. (2018). La comunicación alternativa como dimensión política de la comunicación. En Gardella, T (Comp) (2018) Prácticas y saberes de comunicación alternativa. Manuales Humanitas Tucumán.
- GARITA, (2019). Prólogo. En Garita et al (2019) Activismos feministas jóvenes: emergencias, actrices y luchas en América Latina CLACSO. (p 11 a 19).
- GEERTZ, C. (1987). La interpretación de las culturas. Ed. Gedisa.

- GROSGOUEL, R (2013). Racismo / sexismo epistémico, universidades occidentalizadas y los cuatro genocidios / epistemicidios del largo siglo XVI. *Tabula Rasa*, (19), 31-58. ISSN:1794-2489
- HABER, A. (2011). Nometodología Payanesa: Notas de metodología indisciplinada (con comentarios de Henry Tantalean, Francisco Gil García y Dante Angelo). *Revista Chilena de Antropología*, (23). doi:10.5354/0719-1472.20
- HUERGO, J y VILLAMAYOR, C. (2015). La subjetividad y la identidad de nuestras organizaciones. Reconquista, INCUPO.
- JELIN, E (1995). La política de la memoria: El movimiento de derechos humanos y la construcción democrática en la Argentina. En VARIOS AUTORES: Juicio, castigos y memoria: Derechos humanos y justicia en la política argentina. Ed. Nueva Visión.
- LANDER, E. (Comp) (1993) La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas, UNESCO/FLACSO.
- LARRONDO, M. y PONCE, C. (2018). Activismos jóvenes en América Latina. Dimensiones y perspectivas conceptuales. En Larrondo, M. y Ponce, C. (ed.). Activismos feministas jóvenes. Emergencias, actrices y luchas en américa latina. (pp. 21-38). CLACSO.
- LONGONI, A. y BRUZZONE, G. (2005). Introducción. En Longoni y Bruzzone (comp.) (2008) El Siluetazo (pp. 7-58). Ed. Adriana Hidalgo
- MATA, M. (2015). Los lugares incómodos (o las deudas-desafíos de las carreras de Comunicación). *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* (N° 129) pp 17,35.
- OBERTI, A. y PITTALUGA, R. (2006). Memorias en montaje. Escrituras de la militancia y pensamientos sobre la historia. Ed. El cielo por asalto.
- OCHOA, K. (2018). Feminismos de(s)coloniales. En Moreno, H y Alcántara, E (2018). Conceptos clave en los estudios de género. Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones y Estudios de Género. ISBN: 978-607-30-0198-4 (pp. 109- 122)

- OCHOA, K (2021): Disputar narrativas para la liberación. *Revista de la Universidad de México*, ISSN 0185-1330, N° 3 (Ejemplar dedicado a: Descolonización) (pp. 6-11).
- RICH, A. (1986). *Of Woman Born. Motherhood as Experience and Institution*. Ed. WW Norton.
- RIVERA CUSICANQUI, S. (2015). *Sociología de la imagen: ensayos*. Ed. Tinta Limón.
- RIVERA CUSICANQUI, S. (2018). *Un mundo ch'ixi es posible. Ensayos desde un presente en crisis*. Ed. Tinta Limón.
- RIVERO, E. (2018). *Feminismo y espacio público. Apropiaciones, intervenciones y disputas de sentido en el espacio público contemporáneo en Santa Fe*. En *Encuentro de Jóvenes investigadores*
- SCOTT, J. (2001). *Experiencia. La Ventana. Revista de estudios de género*, Vol 2 - Núm. 13, pp.42-74. E- ISSN: 2448-7224
- SUÁREZ TOME, D. (2019) *El mar proceloso del feminismo: ¿en qué ola estamos? Ecofeminista* https://diariofemenino.com.ar/df/wp-content/uploads/2019/09/El-mar-proceloso-del-feminismo_%C2%BFEn-que%CC%81-ola-estamos_-%E2%80%93-Economia-Feminista-1.pdf
- TORRICO VILLANUEVA, E. (2016). *La comunicación en clave latinoamericana. Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*. N°13, agosto-noviembre 2016 (Sección Tribuna, pp. 23-36) ISSN 1390-1079/e-ISSN 1390-924C. CIESPAL.
- TORRICO VILLANUEVA, E. (2017). *La rehumanización, sentido último de la decolonización comunicacional. APORTES* (23) (pp. 31-38)
- URANGA, W. (2011). *Comunicación popular y derechos a la comunicación. Otros escenarios, nuevos desafíos*. En *Segundo Congreso de Comunicación Popular en Homenaje a la Pachamama UNSa*.
- VILLAMAYOR, C. (2016). *El sur global y la furia. Tram[p]as de la comunicación y la cultura* N° 78, e001, septiembre 2016, ISSN 2314-274X. FPyCS. Universidad Nacional de La Plata.

VILLAMAYOR, C. (2018). La colectividad del conocimiento. En Gardella, T et al (2018) Prácticas y saberes de comunicación alternativa (pp. 9-12). Manuales Humanitas.

WALLERSTEIN, I (2007) Conocer el mundo. Saber el mundo. El fin de lo aprendido, una ciencia social para el siglo XXI. Ed. Siglo XXI.

Organizar territorios digitales: La Red de Medios Digitales y la lucha por la democratización de la comunicación en Argentina

Organize digital territories: the Red de Medios Digitales and the struggle for democratization of communication in Argentina

Yair Cybel

Licenciado en Comunicación Social (UBA), maestrando en Teoría Política y Social (UBA) y docente en la carrera de Comunicación Social (UBA). Dirige el medio digital El Grito del Sur y preside la Federación de Medios Digitales. Trabaja como investigador del Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica (CELAG). ycybel@gmail.com

Fecha de Recepción: 24/07/2023 - Fecha de aprobación: 15/09/2023

Cómo citar: CYBEL, Y. (2023). Organizar territorios digitales: La Red de Medios Digitales y la lucha por la democratización de la comunicación en Argentina". *Revista Argentina de Comunicación* 11(14), 42-63.



Resumen

En este artículo se sistematiza la experiencia de la Red de Medios Digitales, su proceso de organización y la representación que adopta un sector emergente como el de los medios populares digitales. Asimismo se plantean algunos de los debates que atraviesan al campo de la comunicación popular: los nuevos antagonismos con las plataformas, la cooperativización y sindicalización del sector, la democratización y federalización de la publicidad oficial y la disputa por la institucionalización del campo.

Palabras clave

Comunicación popular, Cooperativismo, Red de Medios Digitales

Abstract

This article systematizes the experience of the *Red de Medios Digitales*, its organization process and the representation adopted by an emerging sector such as popular digital media. Likewise, some of the debates that *cross the field* of popular communication are raised: the new antagonisms with the social media platforms, the cooperativization and unionization of the sector, the democratization and federalization of official advertising and the dispute for the institutionalization of the field.

Keywords

Red de Medios Digitales, Popular communication, Cooperativism

“Dar testimonio en tiempos difíciles”

Corría el año 2019 y en la Argentina se cerraba un ciclo corto. Con el final del gobierno de Mauricio Macri se clausuraba un ciclo breve de retrocesos en materia de democratización comunicacional. Ya para entonces, el campo de las comunicaciones había tenido que afrontar una serie de reformas regresivas en el área: con la derogación de los artículos 44, 45, 73 y 161 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), con una concentración y convergencia crecientes a nivel local disparada tras la fusión de los grupos Telecom y Cablevisión, con la transnacionalización de los grandes actores y la veloz transformación de los ecosistemas digitales, el panorama se presentaba complejo para el sector de los medios populares. En consecuencia, quienes trabajaban a diario por una comunicación democrática que subvirtiera los altos grados de concentración del mercado corrían de atrás en una realidad cada vez más hostil.

En su primer día de gestión, Mauricio Macri creó el Ministerio de Comunicaciones y le otorgó la potestad de regular en materia de tecnologías de la información, telecomunicaciones, servicios de comunicación audiovisual y servicios postales. Pasados apenas veinte días, publicó el Decreto de Necesidad y Urgencia 267/2015 que dispuso la creación del Ente Nacional de Comunicaciones (ENaCom), que integraría a los dos organismos de regulación anteriores creados por la LSCA: la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y la Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (AFTIC). Asimismo, creó el Consejo Federal de Comunicaciones (CoFeCo), reduciendo la representatividad del sector al tiempo que afectó de manera sensible los artículos centrales de la LSCA en materia de concentración. Un tiempo después, para fines de 2017, el ENaCom autorizó la fusión de Telecom y Cablevisión, habilitando la emergencia de la mayor empresa del sector que, a su posición dominante en materia de prensa gráfica y su importante presencia en la radio, la TV y el cable, ahora le sumaba la provisión de Telefonía e Internet.

En ese marco, un grupo de periodistas populares, trabajadores de prensa y gestores de medios digitales apostaron al encuentro y la organización. Con el triunfo del Frente de Todos y la llegada de un nuevo gobierno de carácter popular buscaron

fortalecer el sector, unificar una referencia, construir un programa político y poner en valor los puestos de trabajo generados. El objetivo de fondo consistía, en palabras de sus referentes, en democratizar las comunicaciones en Argentina.

Díaz Bordenave reflexiona sobre la democratización de la comunicación a partir de la publicación del informe McBride de la UNESCO. En ese marco, plantea que “la contribución de la comunicación a la desfeudalización y democratización de la sociedad no se deberá basar sólo en los aspectos formales o metodológicos del CÓMO COMUNICAR (comunicación alternativa, comunicación participativa, comunicación folklórica, comunicación popular) sino sobre todo en el para qué comunicar y el qué comunicar, es decir, en la filosofía político - social y en los contenidos que ella informa, fundamentados en el quién comunica es decir, en la incorporación del pueblo como protagonista principal del proceso” (Díaz Bordenave, 1982).

Con el enfoque puesto en ese “quién” que protagonice los procesos de democratización comunicacional, la Red de Medios Digital (RMD) surgió en aquel diciembre de 2019 y para la fecha de este artículo -menos de cuatro años después- ya nuclea a 86 medios de todo el país. En este tiempo, desde la organización se han dado la tarea de cooperativizar casi 30 medios, gestionar recursos financieros, capacitar y sindicalizar trabajadores y construir la primera Federación de Medios Digitales de América Latina.

A su vez el proceso no se agota en la organización de los medios del soporte digital, sino que nuclea a sus pares de otros formatos (radio, revistas culturales, diarios impresos, televisoras autogestivas) con la conformación de la Confederación de Medios Cooperativos y Comunitarios, la experiencia unitaria de trabajadores de comunicación popular más grande y federal de la historia Argentina.

Asimismo, desde la Red organizaron dos encuentros presenciales, realizaron dos censos, consiguieron que el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social crease un área para medios comunitarios, construyeron un Grupo de Investigación en Plataformas junto a la Defensoría del Público, redactaron e impulsaron el proyecto de Ley Micaela en medios, junto a otra serie de iniciativas legislativas.

La búsqueda del presente artículo es compleja. Por un lado intenta inscribirse en el campo de la estratégica pero poco valorada sistematización de experiencias: esbozar un testimonio organizativo de un sector emergente como el de los medios

digitales populares, dejar la huella de una referencia que permita su réplica en otras latitudes y que inspire iniciativas superadoras.

“Sistematizar es detenerse, mirar hacia atrás, ver de dónde venimos, qué es lo que hemos hecho, qué errores hemos cometido, cómo los corregimos para orientar el rumbo, y luego generar nuevos conocimientos, producto de la crítica y la autocrítica, que es la dialéctica, para transformar la realidad”, explican Dámari Expósito Unday y Jesús Alberto González Valero (Expósito Unday y González Valero, 2017).

Es así que el primer apartado será entonces netamente compilatorio, buscando reponer los debates y las condiciones de emergencia que dieron lugar al surgimiento de la organización. Tal como plantea Jara, la sistematización de experiencias “ha llevado a cuestionar el paradigma del método de conocimiento occidental: racional-cartesiano, masculino y predominantemente blanco, para afirmar conocimientos y visiones historizados, intersubjetivos y “sentipensantes”, que vinculan razón y deseo, sobrepasando la concepción positivista de investigación social y la noción universalista abstracta del llamado conocimiento científico”.

Con ese fin, apelaremos a una amalgama metodológica a partir de la consulta del Censo 2022 realizado por la propia red, una compilación cuantitativa a modo de encuesta que busca indagar en locación territorial, composición del medio en materia de trabajadores, identidad de género, ingresos, salarios y otras facetas que hacen al trabajo de los medios que componen la Red. Esta información estará atravesada por el trabajo con entrevistas en profundidad con una serie de dirigentes de la federación que permitirán un acercamiento cualitativo a un conjunto de ideas, representaciones, significaciones y valores de los integrantes de la organización.

Una aproximación cualitativa, multidisciplinaria y transdisciplinaria, que se aleja de la distancia construida entre el investigador y el “objeto” para fundirse en una propuesta de investigación-acción-participativa. En términos de Jara Holliday “la sistematización de experiencias está más relacionada con el proceso, su dinámica, recorrido y vitalidad. Evaluamos el proyecto y sistematizamos la experiencia vivida durante el proceso” (Jara Holliday, 2012).

Al mismo tiempo, repondremos los principales indicadores que se desprenden del proceso censal realizado en el año 2022 sobre 52 medios pertenecientes a la red. Este insumo metodológico permitirá dimensionar la importancia de la Red a nivel federal, estimar el volumen de generación de trabajo de los medios y las condiciones en las que viven sus trabajadores.

Pero por otro lado, este escrito también busca abrir debates y correr el eje de la discusión en el campo de la comunicación popular. Es por ello que intentará ser un plafón desde donde se disparen una serie de preguntas sin respuesta, tal vez en el gesto más germinal del lenguaje científico. Una apuesta a problematizar, a pensar, a abrir líneas que no tengan un horizonte acabado, certero y cercano. Salir de la gestión cotidiana para pensar en las utopías.

Por último, convocados por la idea que anima a esta edición de la Revista Argentina de Comunicación, intentaremos esbozar alguna respuesta concreta al dilema de si es posible territorializar construcciones comunitarias digitales. ¿Es lo digital un territorio? Partimos de la premisa de que sí, pero también entendemos que la disputa en términos políticos requiere calle, encuentro, articulación y cuerpos, la compleja tarea de pasar del grupo de WhatsApp o el like en redes sociales a la acción común y organizada. De esto también buscaremos dar cuenta.

El objetivo general será entonces reponer la experiencia organizativa que da origen a la primera federación de comunicación popular digital de medios y en este proceso indagar en los debates que atraviesan el campo y dar cuenta de la situación que enfrentan estas experiencias en la ardua tarea de disputar el escenario mediático.

Hacia una nueva hegemonía con preeminencia digital

La Encuesta Nacional de Consumos Culturales de 2023, realizada por el Ministerio de Cultura de la Nación y el Sistema de Información Cultural de la Argentina, da cuenta de un marcado cambio de tendencias en el consumo de información. El trabajo de campo fue realizado entre noviembre de 2022 y enero de 2023 y se aplicó a la población a partir de los 13 años, residente en aglomerados urbanos de más de 30.000 habitantes.

En sus conclusiones se puede observar que si bien la televisión sigue siendo el soporte más transversal en cuanto a consumo de información, destaca un auge

creciente del consumo de noticias en formatos digitales. Los números hablan por sí mismos: el 65% de los consultados señaló que entre fines de 2022 y principios de 2023 consumió contenido a través de plataformas audiovisuales, en comparación con un 41% que declaraba lo mismo en 2017. La escucha de radio se sostiene en sus guarismos pero un 27% ahora escucha radio vía web y 15% ya señala que consume radios que solo se transmiten por esta vía.

En relación al acceso a la información periodística, casi el 70% de argentinas y argentinos asegura leer noticias tanto en redes sociales, como en diarios en papel y/o digitales. Sin embargo, la lectura más frecuente se registra en redes sociales y en diarios digitales. Esta realidad tiene un correlato etario: el 59% de las personas de entre 18 y 29 años declara consumir noticias en redes sociales y portales digitales, sobre todo a través del celular.

La estadística da cuenta de una realidad: el soporte digital en materia de consumo de información comienza a poner en cuestión el sistema de medios imperante durante los últimos 60 años. Este año, tras 320 años de existencia, se suspendió la tirada en papel del diario austríaco Wiener Zeitung, el periódico impreso más antiguo del mundo.¹

En Argentina, según registra el Instituto Verificador de Circulación², el diario Clarín pasó de registrar una circulación neta diaria de 646.261 ejemplares en 1992 a apenas 218.663 para 2018, casi un tercio de tirada en menos de tres décadas (IVC, 2020).

La escalada virtual se sostiene. Sin embargo, un 56% de los consultados en el Informe sobre Noticias Digitales de Reuters, dice tener dificultades para discernir entre realidad y ficción en Internet³. Es aquí donde se juega gran parte del diferencial que aportan los medios populares y comunitarios: el cuidado de la información, el abordaje respetuoso, el chequeo y el buen nombre de la marca editorial.

¹<https://www.perfil.com/noticias/medios/adios-al-wiener-zeitung-deja-de-imprimirse-el-diario-mas-antiguo-del-mundo-luego-de-320-anos.phtml>

² <https://www.sinca.gob.ar/DatosBasicosSeries.aspx?Id=77>

³ <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>

Pese al crecimiento del entorno digital y a las nuevas experiencias mediáticas populares y digitales (algunas nacidos al calor de la LSCA y otras como consecuencia de la crisis de las redacciones tradicionales) y ante un aumento evidente del peso de los trabajadores digitales al interior del sector, llama la atención el hecho de que no hubiera existido ninguna organización que nucleara gremialmente a las distintas experiencias mediáticas digitales y populares.

En ese escenario es donde surgen los primeros debates en torno a la posibilidad del armado de una Red de Medios Digitales, con una referencia inmediata en las experiencias del Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO), la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina (ARECIA) o la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA), pero con una impronta política propia, acorde a los tiempos que corrían, los debates saldados y las nuevas necesidades producto de la emergencia de otros soportes.

En sus reflexiones más originarias la comunicación popular era entendida como el gesto de militantes, intelectuales y activistas de potenciar la palabra silenciada de las grandes mayorías, de hacerla audible y legitimar esas voces: “Hablar de comunicación popular es hablar de comunicación en dos sentidos: de las clases populares entre sí (y cuando digo clases estoy entendiendo los grupos, las comunidades, incluso los individuos que viven una determinada situación de clase) pero estoy hablando también de la comunicación de las clases populares con la otra clase. Con aquella otra contra la cual se definen como subalternas, como dominadas” (Martín Barbero, 1983:5)

Sin embargo, en palabras de María Cristina Mata “la distancia entre el mundo académico y las experiencias populares de comunicación produjo –salvo excepciones– una simplificación de problemas que sin la debida profundización aparecen una y otra vez como deudas pendientes”. Contra esa distancia simplificante es donde se erige este artículo, en la intención de ligar los campos de la práctica y la reflexión crítica sobre la propia acción.

“Han procurado siempre que los trabajadores no tengan historia”. Sistematizar la experiencia

Partimos de una premisa básica: las personas que gestionan y sostienen medios populares y digitales son trabajadores. La compleja realidad del campo de la

comunicación popular en Argentina ha generado que las percepciones de quienes se han desempeñado en medios comunitarios hayan sido múltiples. Sin embargo, para el momento del surgimiento de la Red de Medios Digitales todavía rondaba con cierto peso la idea de la militancia, de la entrega altruista, de un periodista popular más cercano a la figura del activista que a la del trabajador.

No caben dudas: quienes deciden gestionar, coordinar y sostener medios populares lo hacen movidos por una profunda voluntad política, enteramente militante. La fragilidad económica, los bajos salarios, la apuesta por una marca colectiva más que por una firma individual, la agenda centrada en las problemáticas populares y el trabajo coordinado con las organizaciones sociales dan cuenta de que la apuesta es política. Entonces no hay duda: quienes impulsan medios populares y digitales son militantes.

Al mismo tiempo, la compleja asunción de esa condición muchas veces aparecía reñida con una idea todavía más profunda: la del trabajo. El primer debate con el que nace la RMD es el del reconocimiento como trabajadores, la puesta en valor de su producción, la reivindicación de los derechos laborales y el fortalecimiento de los retiros (salarios cooperativos) de sus integrantes, y así como la profesionalización de la gestión de las unidades productivas. Un encuentro entre tres planos divergentes: sindicalizarse en tanto trabajadores, cooperativizarse en tanto empresas de propiedad social, organizarse en tanto medios populares.

El origen de la Red, tal como cuentan sus principales referentes, está íntimamente ligado al reconocimiento de su tarea como un trabajo. Un trabajo militante, político, democratizador, pero una actividad laboral al fin.

Si son trabajadores ergo deberían discutir de salarios o, en el caso de las cooperativas, de retiros. ¿Cómo se financian los medios sin fines de lucro? ¿Qué capacidad existe de mejorar esos ingresos? Las condiciones de vida de estos trabajadores de prensa están íntimamente ligadas a la realidad del sector, donde abunda el pluriempleo y la precarización. Los medios digitales populares no son ajenos: lejos de la figura de ser sus propios jefes la tarea mal remunerada sumado al alto nivel de producción y la compleja actualidad del mundo del trabajo los emparentan más con los trabajadores precarizados que con la figura del “self made man” que propone el emprendedurismo.

La discusión por el financiamiento estuvo presente desde el origen de la red. El acceso, la democratización y la federalización de la publicidad oficial; la

construcción de cooperativas que pudieran facturar, aperturar una cuenta bancaria o sostener una personería jurídica; la socialización de mecanismos de financiamiento; y el asociativismo en relación a estrategias económicas conjuntas fueron grandes motores de esa unidad. Esta era una ruptura clara con la generación inmediatamente anterior de medios populares: la lectura consistía en que, para aportar a democratizar la comunicación en Argentina, había que hablar de finanzas, de ingresos y de flujos de trabajo.

En ese origen también estuvieron presentes dos ejes transversales que acompañarían la existencia del proyecto: el federalismo y los encuentros. La compleja tarea de sostener un medio popular resulta aún más difícil en una relación directa con la distancia que se tiene de la Capital Federal. Es por eso que desde la Red se plantearon la tarea de organizar al sector con especial énfasis en las distintas provincias del país: Córdoba, Chaco, Mendoza, Santa Fe, Misiones, San Juan, Tucumán. Para ello, impulsaron una comisión de regionalización con la puntual tarea de llegar a los territorios, de auscultar experiencias, de tejer redes provinciales y locales.

El segundo eje fue el de los encuentros. La presencialidad, antes y después de la pandemia, fue una herramienta sustancial para sostener, fortalecer y proyectar la naciente construcción. Las instancias de intercambio en Villa Carlos Paz, Buenos Aires y Tigre resultaron estratégicas para el contacto entre protagonistas, la socialización de conocimientos sobre gestión, cotidianeidad, relación con actores y sobre todo para fortalecer el factor humano de la herramienta política.

De estos espacios derivó gran parte de la estructura que hoy sostiene la RMD: una mesa nacional, una comisión regionalizadora, áreas de comunicación, de género y de administración. Un equipo de coordinación político, un grupo de estudios, un espacio de vinculación con sindicatos y otro que realiza prácticas preprofesionales con estudiantes avanzados de distintas universidades públicas. Los encuentros fueron saltos cualitativos en la organización que permitieron aumentar la confianza, la coordinación y el cariño mutuo, elemento insoslayable en una estructura política de este tipo.

¿Quiénes son, qué hacen y dónde están?

El afán de disputa por recursos, políticas públicas y espacios de poder enfrentó a la Red con la necesidad de contar con datos certeros de la composición de los medios,

las características de los trabajadores y sus puestos de trabajo, la situación jurídica y el financiamiento de los mismos. Es por ello que en 2022 realizaron el segundo censo de la Red de Medios Digitales que, bajo la coordinación de Bianca de Toni, compiló las respuestas de 52 medios de todo el país⁴.

Los datos que emergen del informe final dan sobrada cuenta de la situación de precariedad y pluriempleo de los trabajadores y de la fragilidad financiera de muchos de los medios. El censo contabilizó a 758 trabajadores de medios digitales populares, de los cuales 364 son fijos y 394 lo hacen en forma de colaboradores. El 49% de los y las encuestadas tienen entre 35 y 44 años, mientras que 5,9% se encuentra en el rango entre los 18 y los 24.

En cuanto al año de creación, apenas el 13,46% de los medios se fundaron entre los años 2020 y 2021 durante el Gobierno de Alberto Fernández, mientras que el grueso se reparte en dos períodos: un 42,30% surgieron durante los años 2016 y 2019 durante el Gobierno de Mauricio Macri al tiempo que un 36,58% surgió entre 2009 y 2014 durante la Presidencia de Cristina Fernández de Kirchner y como herencia de la LSCA y los debates democráticos en torno a la comunicación. Solo un 5,76% nació entre 2003 y 2004 durante el gobierno de Néstor Kirchner y se registró que el 1,92% (apenas un medio, ANRed) surgió en 1994 durante el gobierno de Carlos Menem.

Consultados por la herramienta jurídica que los sostiene, encontramos que del total de 52 medios, el 36,53% estaban constituidos como cooperativas de trabajo, el 17,31% eran asociaciones civiles, el 21,16% se encontraba en proceso de constitución como cooperativa, mientras que el 25% aún no contaba con personería jurídica. Gran parte del saldo positivo en relación a la institucionalización y cooperativización es producto del trabajo sostenido de las áreas de cooperativización y administración de la RMD: el 68% de los medios consultados señaló haber recibido asesoramiento, apoyo logístico y capacitación por parte de la Red y el 60,4% fue beneficiado por estrategias de financiamiento y sostenibilidad.

En relación a los ingresos, para el momento del censo se demostró que apenas el 9,8% de quienes percibían ingresos superaban los 50 mil pesos, dentro de los cuales solo 3,9% de ellos percibía una cifra superior a los 70 mil pesos. Solo el 36,53% de los medios podían garantizar salarios que cubrieran el costo de la

⁴ <https://latinta.com.ar/2022/09/medios-digitales-censo-2022/>

Canasta Básica Familiar a valores de Abril 2022, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC).

En cuanto a la disposición de un espacio físico para la redacción, sólo el 1,9% contaba con un espacio propio del medio, mientras que el 19,2% de los medios alquilaba, un 17,3% utilizaba un espacio físico cedido por una organización, el 9,6% poseía la redacción en la vivienda de un integrante del medio y más de la mitad (51,9%) no tenía un espacio físico donde desarrollar sus actividades.

Una situación similar se repetía en relación a la propiedad de los equipamientos utilizados para llevar adelante la labor periodística: el 21,15% de los medios dispone de equipamiento propio, pero en el 25% utilizan equipamiento de sus trabajadorxs y el 53,85% tenía una modalidad mixta, es decir, un esquema de trabajo donde se utilizan equipos del medio a su vez que las y los trabajadores también aportan equipamiento propio.

En cuanto a los ingresos, para el 57,69% de los medios la pauta nacional se ubicaba dentro de sus principales activos, mientras que el 40,38% de los medios señaló el Programa Potenciar Trabajo dentro de sus principales fuentes de ingresos y el 28,84% destacó la pauta municipal como insumo financiero. En la aplastante mayoría de los medios (86,5%) el principal egreso son los salarios/retiros de sus trabajadores.

Por último, el alcance, un hecho no menor. Sumados, todos los medios de la red en sus tres principales plataformas acumulaban un alcance de 2.355.342 seguidores, una cifra nada despreciable que posiciona a la vocería conjunta como un actor relevante en el escenario mediático. El debate por las audiencias no es fútil: el primer criterio que postula la Resolución 9090/2023 (que regula la administración de pauta oficial) es el Alcance del medio. Gracias a un trabajo conjunto entre muchas organizaciones del sector y la Secretaría de Medios y Comunicación Pública, esta resolución desdobló los criterios de federalismo y publicidad, modificando los criterios de asignación y fortaleciendo las posiciones de los medios cooperativos.

Sin embargo, el debate por la preeminencia del criterio de audiencia en la asignación de pauta sigue siendo fundamental para pensar nuevos esquemas estatales de fomento al pluralismo: la discusión por quiénes miden y con qué criterio (Ibope es la única consultora que realiza mediciones oficiales de audiencias en TV, por citar solo un ejemplo) se amalgama con la realidad del fortalecimiento

económico de los principales grupos. Si quienes más alcance tienen, reciben más pauta, el escenario concentrado de medios continuará concentrándose.

Cabe destacar aquí que la emergencia de la Confederación de Medios Cooperativos y Comunitarios (CMCC) como actor de negociación colectiva para los medios populares y el buen diálogo que se pudo construir con la gestión de la Secretaría de Comunicación y Medios Públicos permitieron acercar posiciones y corregir desigualdades en un eje fundamental para el sostenimiento de los medios como la distribución de pauta oficial. Desde la Red postulan que si la asignación de pauta es la expresión de las prioridades de política comunicacional de un gobierno, entonces la pelea por su democratización y federalización debería ser un estandarte para todo el campo popular.

El punto de partida era preocupante en relación al desequilibrio en el reparto de recursos: según datos oficiales, para mediados de 2021 (previo a la asunción del Secretario de Medios y Comunicación Pública, Juan Ross) lo que el Grupo Clarín obtenía del Estado en un solo mes equivalía a 34 años de pautas de la cooperativa de trabajo El Grito del Sur⁵. En términos federales, los números eran aún más groseros: de las 867 plataformas web que recibían pauta, solo dos correspondían a Catamarca, apenas cinco a Santa Cruz, ocho a Misiones y nueve a La Pampa. Este escenario cambió positivamente durante los últimos años, pero las desigualdades aún son groseras: según datos de elaboración propia de la Red de Medios Digitales, el presupuesto para el sector sin fines de lucro no alcanza al 4% del total.

Debates hacia y desde el campo

El advenimiento de la Red como actor político introdujo una serie de debates hacia el interior del campo de la comunicación y desde este campo a la sociedad en general.

El primero fue una caracterización, una categorización, un recorte. En el amplio mundo de los medios sin fines de lucro, primaba la idea de “alternatividad”, como sinónimo de horizontalidad, de autonomía de la esfera estatal.

⁵ https://www.argentina.gov.ar/sites/default/files/pauta_-_informe_31-8.pdf

El concepto de alternatividad era sumamente problemático para las tareas de la etapa. Primero y principal, su origen etimológico: la alternatividad era una definición política, implicaba pensarse por oposición, definirse por antagonismo con un otro y el debate fundamental tenía que ver con el Estado. Crecida al calor de las corrientes autonomistas que impactaron de lleno en las miradas de izquierda y nacionales-populares de nuestro continente, la “alternatividad” implicaba una suerte de descrédito en el Estado, o al menos una distancia medianamente razonable.

Desde la Red de Medios Digitales elaboraron una mirada antagónica: no hay comunicación popular sin Estado. En un ecosistema de medios cada vez más desigual, el Estado aparece como un actor necesario para equilibrar desigualdades, intervenir en el escenario mediático y promocionar iniciativas populares. Consecuencia de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, permeó con más fuerza el debate por el rol del Estado, sus leyes y sus consecuencias en el vasto mundo de la comunicación y su emergencia también transformó a algunas de las organizaciones que descreían del Estado o rechazaban el debate por el acceso a financiamiento estatal.

“Somos independientes del Estado”, señalaba la Red Nacional de Medios Alternativos en su presentación web. Desde la RMD sentencian lo contrario: los medios populares son profundamente dependientes del Estado, necesitan más Estado interviniendo en la comunicación popular y más políticas públicas orientadas al sector. “Sin medios populares no hay democracia y sin Estado no hay medios populares”, es una de las consignas que se repite en los testimonios de referentes de la Red.

La LSCA dejó como balance un antagonista de la democracia comunicacional (los monopolios de medios) pero para los integrantes de la RMD también dejó un saldo: en política, los espacios se ocupan. En consecuencia, para ocupar esos espacios entendieron que debían tener medios populares fuertes y que para construir esos medios fuertes era necesario profundizar sus vínculos con las instituciones estatales.

“No se puede ser alternativo, es necesario tener un afán hegemónico”, explica uno de los referentes de la organización. “Si los medios de la oligarquía tienen ciento cincuenta años (La Nación fue fundado un 4 de enero de 1870), los nuestros deben aspirar a lo mismo”. En la era de la primacía digital, desde la organización plantean que la complejidad no reside en fundar un medio sino en sostenerlo en el tiempo. Y

señalan que para ello hay dos componentes fundamentales: la organización y el Estado.

Otra de las profundas diferencias con algunos de las organizaciones predecesoras tiene que ver con la mirada sobre el financiamiento. Dentro de la tradición no escrita de muchos medios alternativos, se evitaba hablar de dinero, de sueldos, de plata. Si el trabajo en medios populares era militancia, el debate por la renta, su acceso y distribución, no formaba parte de la cuestión. La RMD surgió con una mirada contrapuesta: si querían hacer medios que se sostuvieran en el tiempo, si intentaban dejar la posición de los márgenes para disputar el centro de la escena, tenían que hablar de plata, como elemento fundamental para sostener su práctica.

“Una institución de medios de difusión alternativa (hasta donde lo permiten sus circunstancias) no intenta aumentar sus ganancias al máximo”, definía Michael Albert (Albert, 1997) a los medios alternativos. La pregunta es entonces: ¿deben los medios minimizar las ganancias? ¿Hacer productos que no sean rentables? ¿La rentabilidad condiciona la práctica o la razón de ser de estos medios es más profunda y tiene que ver con su asociativismo, su contenido, su horizonte de disputa y su modo de distribución de los ingresos? Desde la RMD se definen como medios sin fines de lucro y el afán de enriquecerse no es lo que los moviliza. Sin embargo, plantean la necesidad de maximizar ingresos y solidificar instituciones para que la acción mediática y política de los colectivos no sea testimonial.

Si para tener mejores ingresos, sostener puestos de trabajo, mejorar la calidad de los productos, aumentar la capacidad de disputa, se ven obligados a incrementar ganancias al máximo, entonces desde la organización proponen que es moralmente correcto hacerlo. No es una inferencia de los dirigentes del espacio sino una aplicación de cualquier método de equilibrio reflexivo o de cualquier estrategia de poder que ponga en el centro la democratización del escenario mediático. “Con la RMD dejamos de temerle a hablar de plata, abandonamos el rechazo al capital por sí mismo y centramos nuestro debate en su redistribución”, agregan los integrantes consultados. El horizonte está en la generación de más ganancias para repartirlas de manera democrática entre los trabajadores, para generar medios más profesionales, para disputar agenda.

Si no son alternativas, ¿qué son entonces estas organizaciones? Medios digitales, cooperativos y populares. El primero de los términos de la definición obedece al soporte, al hecho de que se trata en su mayoría de medios nativos digitales, nacidos o fuertemente consolidados en internet. El segundo implica una decisión política:

desde la RMD apuestan a la cooperativización de los medios. Ya no son grupos de compañeros, ni equipos de militantes, ni experiencias de amigos. Cooperativas de trabajo, con matrícula, inscripción legal, personería jurídica, capacidad de facturación y cuenta bancaria. La cooperativización es una decisión de fondo: implica apostar por la democracia y el reparto justo de los ingresos, creer en la construcción de empresas autogestionadas por sus trabajadores, entender que la profesionalización de las herramientas es piedra angular del sostenimiento de las mismas. Que si se pretende que la organización venza al tiempo, entonces es imperante una estructura acorde a esa organización.

Es por eso que también definieron la creación de su herramienta legal, la Federación de Medios Digitales, nacida en 2023 y la primera de su tipo en toda Latinoamérica. La Federación implica el punto de llegada de un proceso de acumulación política que les ha permitido sentarse a dar estos debates al interior del campo del cooperativismo y la comunicación. Por lo pronto, ya han logrado algunos avances: el Instituto Nacional de Economía Social y Asociativismo (INAES) ha reconocido a los medios populares a través de una Unidad de Vinculación con el sector. La decisión organizacional del principal ente de las cooperativas es un triunfo político del sector: hasta hace poco tiempo atrás los medios populares eran encuadrados dentro de la categoría “cooperativas de cultura”, sin una especificidad propia del campo.

En palabras de sus protagonistas, la apuesta de la Red consiste en crecer en una relación simbiótica con el Estado pero sin dejar de apostar al cooperativismo y la autogestión, apelando a maximizar ganancias (siempre y cuando estén al servicio de su distribución democrática y de la apuesta al crecimiento de los proyectos).

En materia de definición política de sus proyectos, los medios se entienden también como populares. Subyace una definición política, de clase y de ubicación geopolítica, una decisión que tiene que ver con el contenido pero también con la caracterización de adversarios. Es una percepción de medios populares en tanto comprometidos con una agenda de los sectores menos privilegiados de nuestra sociedad; en la medida en que buscan amplificar voces de colectivos marginados o segregados; en tanto visibilizan reclamos de su comunidad y territorio. Vale destacar que también se caracterizan como populares por la forma de organización íntimamente vinculada con los trabajadores y los movimientos sociales, y cabe destacar una característica muy argentina del proceso, en relación con otras

latitudes de la región: la ligazón íntima con el sindicalismo de prensa y los trabajadores organizados.

“Inserción y organicidad fueron los rasgos decisivos de la politicidad de la comunicación popular como lugar de expresión del conflicto y de búsquedas de articulaciones capaces de construir espacios de poder, lugar de expresión de la opresión y la subalternidad y de visibilización y discusión de ideas, proposiciones, modos organizativos y prácticas tendientes a revertirlas” (Mata, 2011). La definición de Mata se emparenta estrechamente con la mirada que promulgan desde la RMD: territorialidad, disputa de poder y expresión de los murmullos, los discursos subalternos, las voces que quedan por fuera de los espacios de representación que proponen los medios masivos.

Desde la RMD han apostado a encuadrar a los medios en tanto organizaciones: representan un espacio gremial de coordinación sectorial al tiempo que en paralelo impulsan el proceso de sindicalización de los trabajadores y trabajadoras en todos aquellos sindicatos que reconocen a quienes se desempeñan en medios populares. Una de las comisiones de la organización se orienta específicamente a la coordinación con sindicatos y al proceso de afiliación en los gremios que nos reconocen: Sindicato de Prensa de Buenos Aires (SiPreBA), Sindicato de Prensa Bonaerense (SiPreBO) o el Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba (Cispren), entre otros.

Populares por agenda, por conciencia de clase y también por antagonismo. Si al decir de Castillo, los medios hegemónicos son aquellas “industrias productoras de cultura y fenómenos discursivos ideológicos, que permiten la imposición y mantenimiento masivo del discurso del bloque hegemónico actual” (Castillo, 2011), los medios populares que constituyen la red también se definen en base a este clivaje.

Asimismo, y siguiendo con la mirada teórica propuesta por Mata, a estas organizaciones las hace populares también el tejido de estrategias y alianzas construidas con otros actores del campo popular. Ya mencionamos a los sindicatos pero vale agregar a los movimientos sociales, a las organizaciones del feminismo, a los colectivos ambientalistas, a los espacios de migrantes, a las madres que luchan contra la violencia institucional, a las organizaciones que trabajan con gente en situación de calle. Populares porque se trata de periodismo comprometido, de calle y de cuerpo, junto a estos actores y actrices.

La caracterización del Estado no es vana: “sin Estado no hay comunicación popular y sin comunicación popular no hay democracia”, refrendan los voceros de la Red. En sus menos de cuatro años de existencia, además del vínculo con INAES, han entablado una estrecha relación con la Secretaría de Medios y Comunicación Pública, máximo organismo nacional encargado de la política de comunicación, desde donde lograron incluir a muchos medios en la pauta estatal, acceder a subsidios para capacitación y tender estrategias comunes para impulsar agendas legislativas.

Asimismo, el potencial de la Red ha irradiado a otros espacios estatales: con la Defensoría del Público, institución encargada de defender a las audiencias, han articulado proyectos de investigación sobre el entorno digital y las legislaciones a plataformas digitales en Argentina, América Latina y el mundo.

Por último, vale destacar que desde la RMD han sido parte fundamental de una de las articulaciones más importantes de la historia de la comunicación popular en suelo argentino: la Confederación de Medios Cooperativos y Comunitarios, un espacio que nuclea al Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO), la Federación Asociativa de Diarios y Comunicadores Cooperativos de la República Argentina (FADYCCRA), la Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas (CoNTA) y la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina (AReCIA). Esta experiencia, digna de otra sistematización, implica la construcción de una plataforma unitaria, con reivindicaciones comunes y que retoma las problemáticas sectoriales, con espacios de trabajo colectivos y miradas comunes sobre la comunicación en el país.

En conclusión, Estado, cooperativismo, financiamiento, alianzas con el sector y voluntad de poder para pensar el futuro de la comunicación popular y comunitaria.

Nuevos antagonismos y preguntas sin respuestas

En el escenario novedoso que trajo aparejado la emergencia y el veloz advenimiento de lo digital, también surgieron nuevos adversarios: desde la Red no lo ubican ya solamente en Clarín, con su sede en la calle Piedras, sino que su enemigo es ahora más poderoso y transnacionalizado. Son las plataformas de redes sociales las que hacen usufructo del contenido, lo monetizan en dólares (cada click, cada reproducción, cada like) y se llevan el producto del sudor de los trabajadores a sus casas matrices en Estados Unidos o China. Son cooperativistas pero aún así tienen

una relación patronal, de extracción de plusvalor, con estas grandes empresas privadas.

Desde el espacio se proponen entonces identificar dónde se ubica el capital: en este caso, en las grandes plataformas como Meta, YouTube o Tiktok. Partiendo de este diagnóstico, reivindican todos los proyectos de ley que abonan a la imposición de un gravamen a las plataformas extranjeras que operan en Argentina y cuyo saldo - proponen- debiera destinarse a un fondo de incentivo a la comunicación popular, con una mirada democrática y federal.

Es entonces que se abren nuevos interrogantes y preguntas sin respuesta. Asumimos importante la existencia de un periodismo local, con mirada comunitaria y base en el territorio. Pero ese abordaje, ¿debe alejarse de las concepciones holísticas que acertadamente encuentran las explicaciones a los problemas en causas estructurales y no en las pequeñas contradicciones secundarias de sus territorios?

¿Podemos pensar mecanismos de financiamiento que tengan centralidad en el rol del Estado pero que también apelen a las comunidades y a los privados, sin perecer en el intento?

¿Es posible sostener medios únicamente con el aporte de sus lectores, tal como pregonan Amuna, Adepa, Meta y otros de los grandes financistas, filántropos y adversarios de la red en sus capacitaciones para medios locales?

¿Resulta viable apostar por una integración latinoamericana en materia de comunicación popular? ¿Hay margen para que las organizaciones sociales y políticas se apropien de los debates de comunicación así como enarbolan los de feminismo, ambientalismo o justicia social?

¿Podemos pensar una nueva ofensiva en materia comunicacional que se aparte de las rémoras nostálgicas que proponen “volver a” y se animen a postular nuevos sueños y retomar viejas banderas adaptadas a los nuevos tiempos? ¿Qué tan imperioso resulta crear nuevas organizaciones, articulaciones, referencias que puedan romper el estancamiento del campo comunicacional, terminar con cierto romanticismo y recobrar fuerza para discutir con molinos de viento cada vez más grandes?

Por último y no menos importante, ¿es lo digital un territorio? André Louis Sanguin define al territorio como aquel "espacio físico en que se apoyan los procesos

políticos". Si entendemos que internet se sustenta sobre una base material compuesta por servidores, plataformas y tecnologías de almacenamiento, y que sobre esta base material se organizan procesos políticos como el de la Red de Medios Digitales, no cabe dudas de que estamos hablando de la emergencia de un (no tan) nuevo territorio y como tal, como espacio de expresión de luchas, disputas y pujas por el poder

"La territorialidad proviene, en consecuencia, del sentido de la identificación espacial, del sentido de la exclusividad (dicotomía autóctono-extranjero) y de la compartimentación de

la acción humana en el espacio". (Sanguin, 1981) Si seguimos este razonamiento y retomamos el concepto de "nativos digitales" -que tiene que ver con el origen de los medios en internet y su identificación diferencial con el resto de soportes (radio, televisión, revistas impresas en papel)- es aún más evidente esta perspectiva.

"Internet es un nuevo terreno de conquista, al igual que lo son las calles, y lo usaremos para lo que nuestro criterio propio, o la ausencia del mismo, nos dé a entender: para comprar, para comunicarnos, para luchar", señala Arantxa Bravo en sus reflexiones sobre las disputas en la red de redes. Con un lenguaje propio, códigos compartidos, límites, soporte material y la división entre un adentro y un afuera, la discusión ya no es si internet es un territorio, sino qué capacidad existe de construir ciudadanía allí adentro.

"La comunicación popular debe disputar a los medios de comunicación hegemónicos lo que me gusta llamar el trazado del mapa de la ciudadanía", sentencia Mata . Es en esa dirección donde los nuevos medios populares, ahora en formato digital, deberán orientar sus disputas en un tiempo nuevo, intenso y vertiginoso: el tiempo de la primacía digital.

Bibliografía

- ALBERT, M. (1997), "What makes alternative media alternative?", Z Magazine, http://subsol.c3.hu/subsol_2/contributors3/alberttext.html
- BECERRA, M (2016), Restauración: cambios en las políticas de comunicación, *Épocas*; 2; R. Coviello

- BRAVO, A. H. (2014) Territorio internet, ¿nuestro territorio?, España, Ediciones Betiko,
- CALIFANO, B. (2018), "La regulación de la comunicación durante el primer año de gobierno de Mauricio Macri en Argentina", *Revista Intersecciones en Comunicación 12*, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires, Ed. UNICEN
- CASTILLO, B. T. (2011), Medios Masivos de Comunicación: una construcción de la realidad. Pequén,, vol. 1, no 1, p. 108-119.
- DÍAZ BORDENAVE, J. (1982), Democratización de la Comunicación: Teoría y Práctica. Chasqui 01, p. 13-21
- ENCUESTA NACIONAL DE CONSUMOS CULTURALES (2023), Ministerio de Cultura de la Nación y el Sistema de Información Cultural de la Argentina
- EXPÓSITO UNDAY, D. y GONZÁLEZ VALERO, J. (2017), "Sistematización de experiencias como método de investigación", *Gaceta Médica Spiritana Vol. 19, No 2*, Universidad de Sancti Spiritu, Sancti Spiritu.
- FLEISCHMAN, L., GINESTA X. y LÓPEZ CALZADA, M. (2009), Los medios alternativos e internet: un análisis cualitativo del sistema mediático español, *Andamios vol.6 no.11*, Ciudad de México
- GRAZIANO, M. (1980), "Para una definición alternativa de la comunicación", en *Anuario ininco, núm. 1*: Universidad Central de Venezuela, pp. 71-74.
- Holliday, Óscar Jara (2012) Sistematización de experiencias, investigación y evaluación: aproximaciones desde tres ángulos. F (x)= Educación Global Research, vol. 1, p. 56-70.
- MATA, M. C. (2011), Comunicación popular: continuidades, transformaciones y desafíos. Oficios terrestres, vol. 1, no 26.
- MARTÍN BARBERO, J.; GONZAGA MOTTA, L. (1983) Comunicación popular y los modelos transnacionales. Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación, vol. 8, p. 4-11.
- SANGUIN, A. (1981), Diccionario de Gi'Ogmfia l'nltiw, Ediciones Universitarias de Valparaíso (UCV)

Comunicar comunidad. Una experiencia de comunicación comunitaria en la localidad de Tilarao (San Luis)

Communicate community. A community communication experience in the town of Tilarao (San Luis)

Rodrigo Ezequiel García

Licenciado en Comunicación Social por la UNSL. Jefe de Área de Comunicación y Jefe de Área de Educación de la Municipalidad de Tilarao, San Luis. Se desempeña como docente del Nivel Medio en la Educación Pública. ezesietesoles@gmail.com

Ana Laura Hidalgo

Profesora Regular de la UNSL e Investigadora de CONICET. Doctora en Ciencias Sociales por la UBA. Magister en Política y Planificación Social y Especialista en Gestión Social por la UNCUIYO. Especialista en Comunicación Digital por la UNLP. Licenciada en Comunicación Social por la UNSL. alhidalgo@email.unsl.edu.ar

Fecha de Recepción: 24/07/2023 - Fecha de aprobación: 15/09/2023

Cómo citar: GARCÍA, R. E. e HIDALGO, A. L. (2023). Comunicar comunidad. Una experiencia de comunicación comunitaria en la localidad de Tilarao (San Luis). *Revista Argentina de Comunicación* 11(14), 64-97.



Resumen

El artículo presenta el desarrollo de una comunicación comunitaria gráfica y las decisiones tomadas para la construcción de los procesos participativos que llevaron a su producción, conjuntamente con las organizaciones sociales de la comunidad de Tilisarao, durante el contexto de pandemia por COVID-19.

Esta labor involucra el desafío que nos compete como comunicadores sociales: el de repensar políticamente la comunicación como práctica articuladora de derechos humanos, reconocidos y legitimados por diferentes instrumentos legales. Trabajamos en ese sentido, estrategias de comunicación que posibilitaron la participación de las personas y el abordaje de problemas prácticos y necesidades identificadas y definidas por ellos, a través del diálogo colectivo. Involucramos a actores sociales reconocidos a través de la exploración de archivos institucionales, el relevamiento de experiencias similares en la comunidad, la aplicación metodológica de instrumentos de recolección de datos y un mapeo participativo de actores sociales, entre otros. Desarrollamos la información relevada en el trabajo de campo que da cuenta del contexto comunitario y el mapa de actores/referentes y la participación de los mismos en estos instrumentos.

El resultado decantó en la experiencia de participación colectiva de diversas instituciones, donde las personas pudieron expresar opiniones y puntos de vista, comunicar inquietudes y proponer acciones a la hora de construir el consenso para el producto gráfico final: “Comunicando andamos”. Esta publicación involucró la intervención de diversas organizaciones y sirvió como herramienta de socialización de nuestras prácticas.

Palabras claves: comunicación-comunidad-derechos humanos-participación

Abstract

The article presents the development of a graphic community communication and the decisions taken for the construction of the participatory processes that led to its production, together with the social organizations of the Tilisarao community, during the context of the COVID-19 pandemic.

This work involves the challenge that concerns us as social communicators: that of politically rethinking communication as an articulating practice of human rights, recognized and legitimized by different legal instruments. In this sense, we work on communication strategies that make it possible for people to participate and address practical problems and needs identified and defined by them, through collective dialogue. We involve recognized social actors through the exploration of institutional archives, the survey of similar experiences in the community, the methodological application of data collection instruments and a participatory mapping of social actors, among others. We develop the information collected in the field work that accounts for the community context and the map of actors/references and their participation in these instruments.

The result decanted in the experience of collective participation of various institutions, where people were able to express opinions and points of view, communicate concerns and propose actions when building consensus for the final graphic product: "Comunicando andamos". This publication involved the intervention of various organizations and served as a tool for socializing our practices.

Keywords: communication-community-human rights-participation

Introducción

El presente trabajo¹ se sitúa desde la reflexión sobre el ejercicio del derecho a la comunicación como práctica articuladora de derechos humanos. Realizamos la tarea junto a miembros de la comunidad de Tilarao, ubicada en el norte de la provincia de San Luis, República Argentina.

El derecho a la comunicación no es patrimonio de periodistas, especialistas o propietarios de medios, sino que es un derecho de todos, todas y todes² y que debe involucrarlos en “procesos individuales y colectivos de construcción del conocimiento” (Gumucio Dagron, 2012, p. 2). Para asegurar que todos pudieran ser incluidos en esta propuesta, diseñamos estrategias de comunicación que permitieran lograr la participación y el abordaje de problemas prácticos y necesidades identificadas y definidas en una serie de encuentros con diferentes actores sociales y miembros de la comunidad. Así se cimentó el proyecto de producción comunicacional de COMUNicar COMUNidad³.

Junto a ellos, a través de encuentros presenciales y virtuales -atendiendo a los cuidados sanitarios que el contexto de pandemia posibilitó-, coordinamos la

¹ Este artículo forma parte del Trabajo Final correspondiente a la carrera de grado Licenciatura en Comunicación Social dictada por la Universidad Nacional de San Luis, titulado de igual manera que esta presentación, realizada por el autor de este trabajo y dirigida por la coautora del mismo. Proyecto aprobado en septiembre de 2019 y defensa concretada en octubre de 2022. La tesis obtuvo la calificación “Aprobado con mención especial y recomendada para su publicación” (Res. 1083/2022, UNSL).

² A partir de este momento para facilitar la escritura y lectura del trabajo, nos referiremos (por la convención) al género masculino cuando se haga referencia a diferentes géneros, no desconociéndose la vigencia de esa discusión y entendiendo que el lenguaje es un espacio político a partir del cual se pelea por la visibilización de esas otras diversidades.

³ Si bien el título se inspira en el texto de White (2007) “Comunicar Comunidad: Aportes para una ética de la comunicación pública”, el trabajo propone un diálogo entre los conceptos propuestos y no un debate ético en cuanto a la tarea de los comunicadores. La contribución procura interpelar a la acción a los actores de la comunicación entendida como una vuelta a un espacio “común” de diálogo y construcción democrática.

creación de una revista comunitaria impresa. Es importante aclarar, que este trabajo puso especial énfasis principalmente en generar una experiencia de participación colectiva en la cual las personas pudieran expresar diversas opiniones, puntos de vista, inquietudes y proponer acciones para construir el consenso sobre el producto gráfico final.

La falta de visibilidad de la ciudadanía local en los medios masivos provinciales y nacionales, en los cuales los discursos propuestos tienden a la homogenización, silenciando muchas veces las voces de los actores de la comunidad, nos invitó a reflexionar en la búsqueda de comunicaciones alternativas que permitieran recuperar la palabra, el diálogo (algunas veces, consenso y tantas otras disidencias). Entonces, implicó recuperar el derecho a la comunicación, a poner en común inquietudes, necesidades y objetivos que permitan el ejercicio pleno y democrático de la ciudadanía.

Entendemos que la comunicación es un derecho que permite visibilizar y potenciar la dimensión política de las prácticas con la comunidad. Para concretar ese derecho buscamos estrategias de comunicación que posibilitan la participación de las personas y el abordaje de problemas prácticos y necesidades identificadas y definidas por ellos, a través del diálogo colectivo; esta es una responsabilidad que involucra a otros actores, como las organizaciones sociales y el propio Estado, entre otros.

Consideramos que el desafío que nos compete a los comunicadores sociales en el presente, es el de repensar políticamente la comunicación para contribuir a la reflexión de la importancia del ejercicio democrático en nuestras comunidades, el goce pleno de sus derechos individuales y colectivos y los procesos de la construcción de un nosotros. Ese nosotros que intentamos construir al *COMUNicar COMUNidad*, es el esfuerzo de voluntades por lograr una “comunidad comunicativa”, una suerte de encuentros que permiten reencontrarnos en la alteridad; pensar propuestas de acciones colectivas tras la necesidad de visibilizar las voces de los actores sociales de Tilisarao. Propusimos una vuelta a un espacio común, a comunicar comunidad, en comunidad y para la visibilización de la comunidad. Desde la participación activa se puede reconocer como comunidad de derecho; sólo así la discusión está en las manos, voces y acciones pertinentes.

Este artículo se organiza en diversos momentos; en primer orden, esbozamos las referencias conceptuales⁴ y el marco referencial del trabajo. Posteriormente, presentamos las decisiones metodológicas del estudio; finalmente, el producto comunicacional y las consideraciones finales de este recorrido.

Comunicación: ¿un concepto apropiado por los medios?

Si la práctica comunicativa es parte de esa experiencia sustancial humana y constitutiva de la actividad social, ¿quiénes son/somos sujetos de la comunicación?

Mata enuncia que, con la aparición y desarrollo de tecnologías en el campo comunicativo, “la sociedad asumió las modalidades de comunicación masiva, se buscaron modelos explicativos para comprender y orientar esas prácticas” (1985, p. 39). Sin embargo, para ella estos modelos se transformaron en “modelizantes” (p. 39.), adquiriendo carácter totalizador en nuestra manera de pensar y hacer comunicación. En consonancia, Gumucio Dagron afirma algo similar cuando dice que la comunicación no es patrimonio de especialistas sino un derecho humano fundamental (2012). Lo que está en juego en estos procesos es la legitimación de quiénes están habilitados a comunicar. La palabra de algunos pocos actores en detrimento del silencio de otros, y como si fuera poco, el incuestionable estatus de la verdad que sus discursos cobran en nuestra sociedad.

La discusión sobre la homologación entre la acción de informar y el derecho a comunicar sigue vigente en distintas esferas de nuestra sociedad. Nuestra intención -en parte-, es la de contribuir a la discusión sobre dichas construcciones.

A fines de la década del '70 se publica el informe *Un solo mundo, voces múltiples*, realizado por la Comisión presidida por el premio Nobel, Mac Bride, para la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Dicho trabajo introdujo en la agenda internacional el debate sobre la universalidad del derecho a la comunicación y del acceso a la información, entre otros temas.

⁴ A razón del espacio disponible, no será posible en esta presentación agotar las nociones conceptuales que fundamentan este trabajo.

Si comunicar es nuestro derecho (garantizado por leyes, acuerdos y tratados, nacionales e internacionales) que debe ser ejercido, también conlleva obligaciones y responsabilidades. Gumucio Dagron afirma que los Estados nacionales “se han puesto de acuerdo en sistemas legales de promoción y protección de los derechos humanos en general y del derecho a la comunicación en particular” (2012, p. 2), pero para garantizar que este derecho humano fundamental se respete, si bien es necesario un marco jurídico que sirva para salvaguardar las garantías, todos los actores involucrados (invitados y no) debemos participar a tal fin.

Nuestro derecho a comunicar derechos

Cuando nos referimos a la expresión “comunicar derechos humanos” consideramos relevante señalar que no nos referimos al acto de informar sobre los mismos. Como se expresó anteriormente, nos distanciamos de los posicionamientos teóricos que sostienen la homologación que históricamente se ha realizado en el campo periodístico entre los conceptos de informar y comunicar.

Retomar la raíz etimológica de la palabra comunicación (que la sitúa en la *puesta en común* y el *compartir*), propone entender que en ella está presente un intercambio de conocimiento que no se limita sólo a informar, sino que es más complejo que eso. Gumucio Dagron reconoce que esa complejidad no tiene que ver con un argumento de tipo intelectual, sino con “el conocimiento de la propia realidad y la necesidad de comunicar los derechos individuales y colectivos desde una posición de ciudadanía” (2012, p. 8). Esto implica hacer partícipe a los otros de los derechos que se ponen en común en el espacio público; de este modo, generar espacios de participación es necesario y condición de posibilidad comunicarlos. Coincidimos con este autor cuando enuncia que “la comunicación de los derechos pasa por la acción, porque la comunicación es acción relacional y acción comunicativa” (2012, p. 8); por tanto, no se limita únicamente a la transmisión de información. Es una experiencia que posibilita a la comunidad transformar relaciones asimétricas de poder: potenciar las voces minoritarias; discutir políticamente el orden hegemónico de las cosas; accionar, en fin, para la consecución de derechos y en pos de la justicia social.

Memorias de la (otra) comunicación

La comunicación popular, alternativa, comunitaria,⁵ o la “otra comunicación”, surge en América Latina en el marco cultural de proyectos políticos populares durante la década del ‘60 y ‘70. Según Gatti y Bermúdez (en Cicalese, 2010), bajo este Estado se “propició el desarrollo de políticas de participación social orientadas a acortar brechas y garantizar derechos postergados” (p. 18).

Estos autores destacan que a la “otra comunicación” fue vinculada en el pasado a “prácticas comunicativas que buscan opciones transformadoras de la realidad social, con un proyecto alternativo de sociedad” (p. 20). Agregan que la misma tiene la particularidad de ser una construcción colectiva y participativa que asume un punto de vista situado y ligado a proyectos populares concretos sin pretensión de objetividad, discurso que se reprodujo en los medios masivos y hegemónicos de la época.

En este sentido, la finalidad de los medios comunitarios, a diferencia de otros medios, está orientada “hacia una función educativa y de concientización, de los propios derechos y necesidades, con la consecuente valoración de las identidades territoriales (...)” (p. 18-19).

Kejval (2010), realiza aportes similares cuando se refiere al propósito de las radios comunitarias como el de construir comunidad, agregando que “esto implica fortalecer lazos, compromisos, proyectos a largo plazo, identidades, participación política, resistencia, espacio público” (p. 17).

Cardoso (2007) es otro autor que permite comprender la importancia de esta perspectiva cuando enuncia que “las experiencias de comunicación comunitaria son espacios de encuentro” (p. 4), y afirma que los medios comunitarios hacen posible la multiplicación y propagación de voces de aquellos y aquellas que sostienen prácticas de transformación social (organizaciones sociales, colectivos, individuos).

En este sentido, Mata (2009) define la existencia de dos tipos de horizontes: la primera respecto a “una cantidad de experiencias y de prácticas de comunicación

⁵ Navarro Nicoletti y Rodríguez Marino (2018) reconocen que “estos conceptos han tenido un largo recorrido desde finales de los años 70’ hasta la actualidad, develando continuidades y rupturas”, tomando a dichos autores retomaremos más adelante la discusión.

que se caracterizan a sí mismas como orientadas a fortalecer ciertos lazos comunitarios” (p. 23) y otra que tiene un horizonte planteado como meta o desafío, más allá de lo que sucede estrictamente en la comunidad, sino más bien con algo que los excede, pero les otorga sentido y proyección.

Medios ¿populares, comunitarios o alternativos?

Se han suscitado muchas discusiones académicas en torno a estas acepciones. Navarro Nicoletti y Rodríguez Marino (2018) se encargaron de comparar y diferenciar estos conceptos, “para aportarlos en futuros debates”, remitiéndose para ello a estudios en Comunicación y Cultura en América Latina. Intentaron dar un anclaje a los conceptos de *popular*, *alternativa* y *comunitaria*, “para indagar sobre la relación entre la comunicación comunitaria y lo territorial, la comunicación alternativa y el campo ideológico y la comunicación popular y la construcción identidades” (p. 4); y además se propusieron dar cuenta de la polisemia y variabilidad de sus usos.

Los autores sostienen que “existe una variedad de concepciones y significaciones respecto a las tres nociones que, en algunos autores, conllevan la indistinción o la superposición” (2018, p. 5), indicando que existen fronteras difusas entre los términos. De este modo, lo que nosotros enunciamos como la “otra comunicación” remite a los conceptos de lo comunitario, lo popular y lo alternativo. Estas integran las tres categorías de mayor utilización pero que según Uranga, “al fin de la transformación y dinamización social, es menester verlas en conjunto” (2018, p. 5).

Esto supone reconocer la interrelación de los entramados sociales de la realidad: lo territorial, lo ideológico y lo identitario de los procesos comunicacionales que no pueden aislarse. Por el contrario, deben ser comprendidos en una complejidad multidimensional.

Si bien reconocemos estos debates, en este trabajo a efectos de abordar desde un lugar el tema de trabajo, lo haremos desde lo comunitario. Esto, según Navarro Nicoletti y Rodríguez Marino, supone reconocer que:

Los debates de la comunicación desde la perspectiva comunitaria se realzan, más que nada en el plano nacional Argentino, en épocas de crisis institucional donde surgen modos de efectuar la comunicación desde territorios más tangibles, locales. Justamente

es la clave territorial la que atraviesa y condiciona la perspectiva comunitaria. (p. 22)

Medios comunitarios y la tarea de participar en derechos

Plantear la comunicación como proceso es discutir el carácter instrumental que se le ha otorgado muchas veces a este concepto y re-situarla nuevamente en los sujetos.

Es importante reconocer el aporte que Ávila Huidobro y Kejval realizan a la hora de caracterizar las búsquedas y objetivos de las radios comunitarias a lo largo de su historia, que nos permiten vislumbrar la importancia que tienen estos medios para sus comunidades. Estos medios juegan un papel antagónico al sistema de medios hegemónicos; por tanto, su papel está centrado en disputar el sentido de la palabra en el terreno de lo simbólico (Ávila Huidobro y Kejval, 2017, p. 41).

La comunicación comunitaria recupera las relaciones de la comunidad, el lugar de *poner en común* que plantea etimológicamente en su origen la palabra comunicación, cuestiona las decisiones políticas y amplifica la discusión por los derechos humanos en una sociedad democrática.

Comunidad, un encuentro que se construye

Destacamos la importancia del “encuentro” y la puesta en común a través del diálogo y la palabra; para construir significados comunes, pensar y concretar acciones. Freire lo describe como “Cuando los dos polos del diálogo se ligan así, con amor, con esperanza, con fe el uno en el otro, se hacen críticos en la búsqueda común de algo” (Freire en Kaplún, 1985, p. 63).

El diálogo de diversos actores aporta *perspectiva* y *experiencia*, dos conceptos que tomamos de Aragno (2010), y que para la autora son “fundamentales a la hora de comprender cómo en cada proceso de construcción común aparecen las pinceladas coloridas de las inscripciones personales en el gran cuadro que llamamos comunidad” (p. 119). El concepto de *perspectiva* se define como “mirar con el volumen que genere la distancia que ustedes se tomen entre la *comunicación*, el *sí mismo (...)* y el *hecho comunitario*” (p. 120). Para Aragno es importante que sepamos en qué lugar estamos situados y saber que podemos pararnos en otra parte

y hacerlo en lugar “del otro” (p. 120). Por otra parte, la autora cita a Larrosa quién propone pensar la *experiencia* como un acontecimiento, “el pasar de algo que no soy yo [...] que no depende de mí, que no es una proyección de mí mismo, que no es el resultado de mis palabras y mis ideas [...] Que no soy yo” (p. 122) y que implica “saber que hay otros en juego” aportando su ser en forma completa y comunicable, con el lenguaje que cada uno se habilite, y que podremos o no comprender, lo dicho y no dicho (p. 123).

Comunidad y territorio

Balán, Alegría y Borri remarcan la categoría espacial de la comunicación comunitaria, más específicamente desde lo barrial como: “El intento de darle sentido a los elementos de la comunicación barrial y familiar desde la perspectiva de la posibilidad de la unión, la solidaridad y la organización en el barrio” (Balán, Alegría, Borri, 2013, citados en Navarro Nicoletti y Rodríguez Marino, 2018, p. 23).

Para los autores el énfasis está puesto en entender la comunicación comunitaria “trabajada desde los intereses, problemas, necesidades e inquietudes de los sectores populares en un terreno de disputa política”. Los medios masivos de comunicación y la comunicación comunitaria se separan en cuanto a sus objetivos, remarcando que, para esta última, el consumo no es clave, sino más bien “interlocutores críticos, solidarios y activos” (p. 24).

Mata (2009) menciona que, desde el campo político-cultural, siempre se habló sobre la necesidad de reconstruir los viejos lazos comunitarios, y con esto se refiere a la capacidad de convocatoria y participación social en los espacios e instituciones que lo constituyen como actores de la vida en común (2009, p. 25). La autora afirma que la noción de “comunicación comunitaria” implica el “agrupamiento de personas con valores, significados y expectativas compartidas”, donde ese compartir o lo comunitario “no puede ser visto como un paraíso sin conflictos”. Interpretando que la comunidad es parte de un contexto mayor, sostiene: “La comunicación comunitaria debe ser un espacio de integración de diferentes grupos. No sólo de grupos de la misma comunidad sino de personas e instituciones que, situadas en distintos lugares, pueden compartir un mismo horizonte político” (p. 29).

Huergo (2009) remarca al respecto la idea de poner en el eje de la discusión al territorio, como “producto del diálogo que establecemos con una comunidad de la cual formamos parte, aunque a veces solemos abstraernos de ella” (p. 38).

En continuidad con lo expuesto, Uranga (2009) pone en relieve “la necesidad de contextualizar la comunicación comunitaria desde el territorio [...] como lugar de derechos y reconocimiento tangible de los mismos, donde la comunicación comunitaria pueda funcionar efectivamente como facilitador y constructor de ese espacio público” (p. 183). Para él la comunicación comunitaria “no podrá prosperar si no somos capaces de diseñar estrategias comunicacionales que vayan aportando a la construcción de políticas de comunicación elaboradas desde el Estado con la participación de actores sociales diversos” (p.183). Más adelante enmarcamos nuestra posición sobre el Estado como garantizador de derechos y, sobre todo, del derecho a la comunicación.

Actores de la alteridad

La alteridad, según Aragno, implica pensar en el descubrimiento que el “yo” hace del “otro” y del “nosotros”, lo que hace surgir, “una amplia gama de imágenes del otro, del ‘nosotros’, así como visiones múltiples del ‘yo’ [...] comprendernos y sabernos alterados por los otros y a reconocer que alteramos todo aquello con lo que nos ponemos en contacto” (2010, p. 123).

Todorov (1987) aporta al respecto la relatividad que implica hablar y pensar a ese *otro*: “Uno puede descubrir a los otros en uno mismo, darse cuenta de que no somos una sustancia homogénea, y radicalmente extraña a todo lo que no es uno mismo: yo es otro” (p. 13).

El concepto de “alteridad” nos permite pensar esta “comunidad orquestal” que busca establecerse a través de procesos de consenso (con sus disensos incluidos). En este trabajo cuando pensamos en la participación colectiva, nos referimos a actores sociales como el Estado, organizaciones civiles, comunicadores sociales y diversos actores ciudadanos, entre otros, que necesariamente necesitan encontrarse y *poner en común* ideas y acciones para lograr una comunidad que los incluya y posibilite la consecución de sus derechos.

Robirosa (2006) define que un actor social es ese *otro* con que nos topamos en una relación de interacción que se da en un escenario concreto. Para este sociólogo, un actor social puede ser un individuo, un grupo, una organización o institución de cualquier tipo, ya sea una empresa, un organismo de gobierno, una organización de la comunidad.

En estado de gracia: la importancia del Estado como garantizador de derechos

La última dictadura cívico-militar y décadas de gobiernos neoliberales en Argentina, generaron por parte del Estado un modelo político-económico desigual y excluyentes respecto de las relaciones sociales que habían sido impulsadas por el Estado Benefactor. La Ley de Radiodifusión N° 22.285 sancionada en 1980, es una prueba de acciones postergadas por el Estado a la hora de garantizar el derecho a la comunicación de la ciudadanía argentina.

La analogía orquestal propone que el sujeto participa en la comunicación; desde nuestra posición intentamos visibilizar esa participación como un derecho fundamental para la consecución de otros derechos. En este punto cabe preguntarnos quién o quiénes y qué actores deben intervenir y garantizar que eso así suceda. Interrogante que nos remite al hacer del Estado, quien, en el escenario democrático actual, debe garantizar los derechos individuales y colectivos, y la justicia social.

Por tanto, entendemos que el Estado tiene la obligación y el deber de garantizar los derechos humanos y, en este marco, generar las condiciones para el ejercicio del derecho a la comunicación de todos los sujetos es indispensable para lograrlo.

En visibles

Como expresamos anteriormente, el rol del Estado es fundamental para que los individuos puedan participar del derecho a la comunicación. Sin embargo, no es el único actor involucrado para que esto así suceda.

Los comunicadores sociales son actores fundamentales para que la comunidad pueda acceder al goce de derechos; promover la creación de espacios para lograr mayor participación en las decisiones políticas y planificación de proyectos sostenibles y duraderos en la comunidad; permitir que diversas voces puedan dialogar políticamente para lograr mayor inclusión social; contribuir a una cultura de intercambio de experiencias y cooperación de conocimientos, entre otros.

Uranga, junto a otros investigadores, destacan el papel que cumplen las organizaciones y los movimientos sociales en los micro procesos a nivel local, barrial o comunitario diciendo que: “las organizaciones sociales son las que

mantienen contacto más estrecho con los vecinos y conocen en profundidad la historia, la cultura, la identidad, las necesidades y los recursos de cada comunidad” (2009, p. 8). La organización social es clave para construir solidaridades, proyectos colectivos y participación para construir una sociedad más justa.

Alterar alteridades

En este trabajo rescatamos la importancia de pensar y vivenciar procesos de *cómo* construir un producto comunicacional. Y que esta construcción nos permita dialogar, debatir, disentir, encontrarnos y construirnos como comunidad desde la *puesta en común* de un proyecto comunicacional participativo y político; que apareje la toma de conciencia de nuestros derechos desde la práctica comunicativa, más que el producto comunicacional en sí mismo. Por tanto, la centralidad de este trabajo no estuvo puesta en el producto comunicacional, sino en el *cómo lo construimos*; sobre esto nos detendremos en el siguiente momento de este artículo.

Creemos necesario valorar el encuentro de los actores sociales antes mencionados. Nos proponemos COMUNicar COMUNidad, para ello abogamos a una propuesta de cómo podemos comulgar objetivos comunes en la que se garantice la consecución democrática de los derechos humanos, aunque para eso sea necesario *alterar alteridades*.

Marco referencial

Tilisarao posee actualmente una población de 7.000 habitantes aproximadamente. La distribución de la población por géneros es de 48% de hombres y 52% de mujeres, estimativamente. Más del 98% de la población está alfabetizada (INDEC, 2022). Además, integran la comunidad múltiples organizaciones sociales deportivas, culturales, cooperativas de servicios, organizaciones de defensa de intereses focalizados y derechos vulnerados, instituciones educativas, entre otras.

La fecha de fundación de Tilisarao genera controversias y discusiones que sobreviven hasta la actualidad.⁶ Sin embargo, existe un consenso en que el pueblo

⁶ La estación del ferrocarril se emplazó en los terrenos donados por Cleofe Domínguez. En 1925, los vecinos que habitaban el Nuevo Renca (“Estación Renca”), pidieron que se cambiara

nació por el ferrocarril: “La revolución económica que vino de la construcción de ferrocarriles, hizo que cientos de pueblos se formaran alrededor de cada estación” (Muñoz, 2018, p. 23).

Tobares (1996) afirma que “según Ricardo L. J. Nardi que sigue en este punto al Padre Lozano, la terminación “ao” en lengua Kakán significa pueblo. Sería, pues, una voz asimilada al quichua”. Agrega posteriormente que, de acuerdo con “la señora Berta Elena Vidal de Batini el vocablo es quichua “compuesto de t’la”, “silvestre” sara “maíz”, y la terminación “ao” que significa “lugar”: “lugar del maíz silvestre” (Tobares, 1995, p. 29).

Decisiones metodológicas: acerca de la construcción de una comunicación comunitaria

El trabajo de campo inició durante el contexto de emergencia socio sanitaria de pandemia producido por el COVID-19. Bajo estas circunstancias, la modalidad prevista sufrió diversas adaptaciones acordes a las medidas sanitarias del momento. El uso del tiempo y el espacio también se vieron modificados por la aparición de la enfermedad. La mayoría de las instituciones cerraron sus oficinas; este hecho retrasó considerablemente la búsqueda de material documental y la posibilidad de entrevistarnos.

Una de las grandes transformaciones de la pandemia fue la manera de vincularnos. La despersonalización en el trato con los actores, generó contradicciones permanentes en el proceso a la hora de relacionarnos. Paulatinamente, pudimos recuperar maneras de estar en comunidad. La “nueva normalidad”, resultó una conjugación de aislamiento y distancia obligada, miedos e incertidumbres, y nuevas responsabilidades que repercutieron también en el desarrollo de esta investigación.

Este trabajo se enfoca metodológicamente en realizar un abordaje participativo que contempla *con* la comunidad, en los cuales propusimos estrategias de comunicación para lograr la participación y el tratamiento de problemas prácticos.

el nombre de la estación y, el entonces Ministerio de Obras Públicas de la Nación la denominó “Tilisarao”; nombre que varios historiadores afirman fue tomado de la sierra homónima y se extendió a la población (Muñoz, 2018, p. 57).

Lo hicimos a partir de las necesidades identificadas y definidas por los actores del territorio, a través del diálogo colectivo, el intercambio simbólico de conocimientos y saberes de carácter científicos y populares.

En el párrafo anterior destacamos la preposición de la conjunción “con”, porque tácitamente queremos resaltar que es el diálogo de los unos *con* los otros, la arena donde se disputa el sentido de lo visible y lo invisibilizado; lo perdido *con* lo recuperado; lo simbólicamente hegemónico *con* la praxis de lo comunitario; la intersección donde la comunión de saberes (entre el disentir y el acordar) permiten la conciliación *con* la consolidación de la comunidad. De este modo, este abordaje supone la presencia yuxtapuesta de sentidos diversos en el territorio, de miradas estratégicamente situadas para interpelar el mismo.

Nos permitimos estudiarnos y atravesarnos, interpelarnos y conocernos, reconocernos y entendernos, para encontrarnos y comunicarnos. Buscamos el lugar donde ponernos en común, comunicar derechos y acciones (necesarias) para garantizar la consecución de los mismos. ¿Qué comunidad estaríamos comunicando de no ser así, y si en ese comunicar la misma no sale fortalecida?

Así, asumimos un enfoque metodológico de tipo cualitativo necesario para garantizar y consolidar la participación de los actores sociales, la puesta en común de saberes, el diálogo de las alteridades, el encuentro *con* la comunidad. Dichas herramientas permiten potenciar el hallazgo del otro, la posibilidad de compartir, el dialogar y, por ende, las transformaciones sociales necesarias para garantizar la comunicación de derechos.

Este proceso fue materializado en la planificación y coordinación de las etapas de la creación de la revista comunitaria “*Comunicando andamos*”. El proyecto de la revista surgió en conjunto con la participación de los actores de la comunidad.

Es necesario aclarar que para el trabajo de campo se realizó una planificación que contempló principalmente la modalidad virtual en los encuentros desarrollados, debido al contexto de pandemia generado por el COVID-19. En este marco, fue posible sin embargo generar encuentros presenciales esporádicos de acuerdo con las disposiciones vigentes por la autoridad sanitaria, junto con las aclaraciones metodológicas señaladas más arriba.

Propuesta de trabajo desde la Comunicación Comunitaria

El modelo se inspira en el texto de Mori Sánchez (2008); sin embargo, se han adaptado los métodos y técnicas en función de los objetivos propuestos en esta producción.

1. Evaluación Preliminar

Revisión de Archivos y Antecedentes

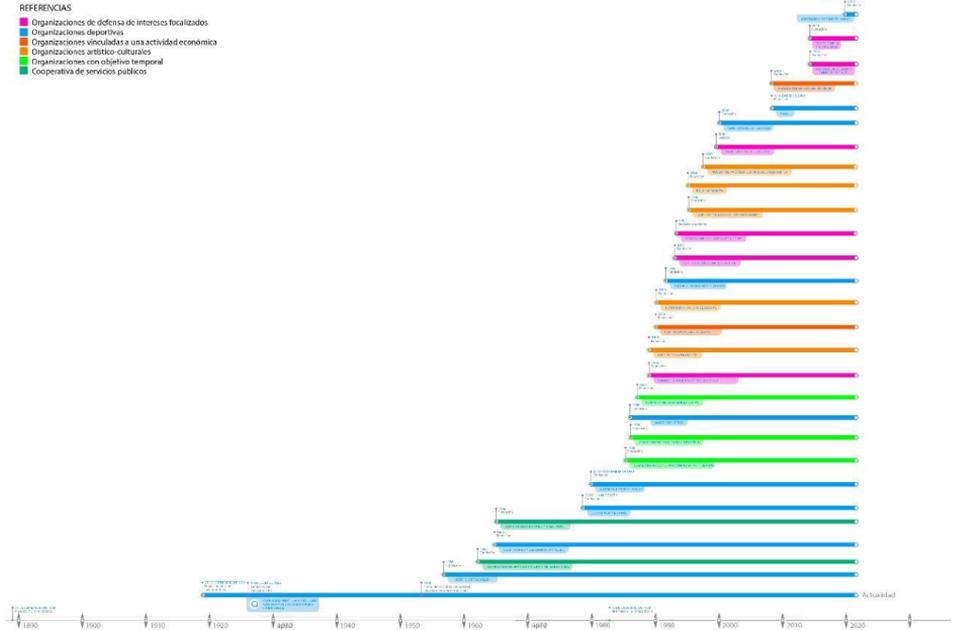
Indagamos en los antecedentes previos de experiencias comunitarias disponibles en la región. Focalizamos la búsqueda en la base de archivos de la Biblioteca Municipal, la Municipalidad de Tilisarao, la Cooperativa de Agua, la Cooperativa Telefónica y el Honorable Concejo Deliberante.

El propósito de esta etapa fue relevar las diversas experiencias comunitarias de la localidad. Realizamos esta tarea a efectos de comprender las iniciativas anteriores y que estos elementos acompañaran a pensar un proyecto comunicativo para el presente. Posteriormente, procedimos a establecer contactos con las organizaciones relevadas en los archivos consultados para realizar las visitas presenciales, dado que no hay archivos digitalizados en la localidad.

Realizamos un relevamiento de instituciones y organizaciones de diverso tipo; para posteriormente, indagar por quiénes estaban constituidas, a efectos de contactar a un referente que nos posibilitara el acceso a información, registro o la narración de la experiencia personal en torno a sus prácticas comunitarias. Con toda esta información, confeccionamos una línea de tiempo que permitió reunir los antecedentes en la localidad. El siguiente gráfico fue confeccionado sobre la base de los archivos sistematizados.

Figura 1. Línea de tiempo de las instituciones de Tilisarao

LÍNEA DE TIEMPO: INSTITUCIONES DE TILISARAO



Fuente: Realización propia sobre la base de los registros obtenidos.

La experiencia de contactar las organizaciones para indagar antecedentes previos de experiencias comunitarias en la región, fue un camino de encuentros y desencuentros a *la medida* de las circunstancias vividas por el contexto sanitario. Las organizaciones fueron tipificadas en diversas categorías: organizaciones deportivas, religiosas, con objetivos temporales, vinculadas a una actividad económica, de defensa de intereses focalizados/vulnerados, de defensa de la población, educativas, artístico-culturales y cooperativas de servicios públicos.⁷

⁷ A razón del espacio disponible, no será posible mencionar las organizaciones que son parte de las categorías construidas.

Estas categorizaciones nos permitieron sistematizar los datos y reconocer a los actores más representativos de cada grupo.

Asimismo, con el fin de identificar publicaciones que dieran cuenta de experiencias comunitarias, se buscaron antecedentes de revistas regionales impresas y difundidas en el Valle del Conlara; sólo encontramos piezas gráficas dedicadas a la publicación de avisos clasificados, con escaso contenido periodístico, periodicidad mensual y bajo costo de impresión y producción. Cabe destacar que las mismas se distribuyen de forma gratuita o con aranceles mínimos. Ellas son: Revista Pilar, Revista Space, Clasificados del Valle.

Mapeo participativo (no sólo actores, también guionistas)

Contactamos a los actores sociales que participan activamente en las organizaciones, con la necesidad de encontrar *guionistas contemporáneos* que nos permitieran avanzar en la confección de un boceto con el cual poder trabajar en el proceso de encontrar referentes y/o referencias dentro de la comunidad. Como resultado de esa búsqueda y primeras charlas pudimos confeccionar un mapa que contiene la ubicación georreferenciada de estos primeros actores.

Figura 2. Ubicación geográfica de las diferentes organizaciones de Tilarao



Fuente: Realización propia sobre la base de los registros obtenidos.

Este insumo fue complejizado de modo participativo para etablar los primeros contactos con actores de la comunidad y, -para que el *relato* no quedase incompleto-, propiciamos incluir en la cartografía las narraciones de dichas personas e instituciones, su autopercepción y su manera de vincularse con los otros. Por ello, nos resultó indispensable pensar en un trabajo participativo y un mapeo conjunto, donde no sólo pudiéramos geolocalizar a los participantes, sino además visibilizar tanto sus acciones y experiencias, como sus vínculos y relaciones, sus problemáticas y necesidades.

El mapeo de actores lo confeccionamos tomando como punto de partida el territorio geográfico y dialéctico. A través de un taller participativo, se construyó un

telar/relato hilvanado por múltiples voces de manera simultánea.⁸ Esto nos permitió visibilizarnos y reconocernos por medio de las diferentes instancias de acción que posibilitó el encuentro.

Fotografía 1. Mapeo participativo



Fuente: Realización propia

⁸ Entregamos un pequeño ovillo de lana a cada representante y le solicitamos que localice su organización en el mapa de la localidad. Paso seguido, les pedimos que nos dijese con qué actores se vinculan y qué grado de involucramiento establecen con ellos. Para esta actividad montamos el mapa de Tilisrao sobre una plantilla de telgopor. Utilizando pinchos, fuimos uniendo con el ovillo las diferentes organizaciones vinculadas. Simultáneamente, tomamos nota de lo que expresaba cada persona sobre el tipo de relación que mantenía con la organización “x”. Atribuimos un color para cada tipo de organización sistematizada. Así sucesivamente invitamos a pasar a cada persona presente para construir el mapeo participativo con toda la red de vínculos de la comunidad, que se constituyó con las organizaciones presentes y se sumaron a otros referentes de instituciones, teniendo en cuenta sus relatos vertidos en las entrevistas previas.

El resultado fue la elaboración de una cartografía social participativa que nos permitió avanzar en el *telar* de la comunidad. La elección de este tipo de mapeo permitió indagar conjuntamente los *escenarios* territoriales y sus *detrás de escenas*, conocer las diferentes narrativas que circulan en las tramas del territorio y acercarnos a descubrir cómo se han configurado históricamente las mismas. En otras palabras, nos permitió también “desnaturalizar esas representaciones, problematizar los sentidos cristalizados en el espacio” (Algranati, Bruno y Lotti, 2012, p. 9). Además de “construir un relato sobre el territorio que permita identificar ‘qué pasa’, qué problemáticas (urgentes, invisibilizadas, comunes, etc.) aparecen allí, y cuáles son los actores y las relaciones involucradas” (p. 9-10), a través de múltiples voces intervinientes en “el proceso de rememorar y señalar experiencias y espacios de organización y transformación, a fin de tejer la red de solidaridades y afinidades” (Riser y Ares, 2013, p. 12), necesarias para (y valga redundar) comenzar la narración de nuestra manera de COMUNICAR COMUNIDAD.

Estrategias conversacionales: las entrevistas

Confeccionamos una guía de entrevista semi-estructurada, orientada a conocer demandas socioculturales y comunicacionales de los actores; como también una *radiografía* actual de las maneras de vincularse con otras instituciones en el territorio; quehaceres cotidianos y la manera de comunicarse con la comunidad, entre tantas otras. Se trabajó a partir de las siguientes categorías: ubicación geográfica (¿dónde?); composición (¿quiénes?); funcionamiento (¿cómo?); objetivos e intereses (¿para qué?); problemáticas y necesidades (¿por qué?); relación con otras instituciones (¿con quiénes?); relación con el Estado (¿cómo es ese vínculo?); financiamiento (¿con qué recursos cuenta?); comunicación con la comunidad (¿cómo se dan a conocer?); problemáticas y necesidades comunicacionales (¿por qué comunicar?).

Realizamos las entrevistas requeridas sobre la base del mapeo y localización de actores previos. Por tanto, no respondimos a un criterio cuantitativo, sino a uno que atendió a la diversidad de los actores hasta obtener una saturación de datos. Para

este trabajo, realizamos un total de ocho entrevistas de este tipo, en función de las categorías de las organizaciones reconocidas anteriormente.⁹

Asimismo, durante todo el proceso, confeccionamos un cuaderno de campo. Esta herramienta nos permitió registrar, describir y reflexionar sobre la totalidad de actividades que realizamos con la comunidad de modo transversal a todo el proceso.

2. Diagnóstico participativo con la comunidad

Taller participativo

Luego de la sistematización de archivos, planificamos instancias de taller que permitieran dar cuenta de las particularidades de los hallazgos. Trabajamos a partir del método árbol de problemas como disparador para dinamizar el encuentro.

Un árbol de problema consiste en desarrollar ideas creativas para identificar las posibles causas del conflicto, generando de forma organizada un modelo que explique las razones y consecuencias del problema. En similitud a un árbol, el problema principal representa el tronco, las raíces son las causas y las ramas los efectos, reflejando una interrelación entre todo el elemento. (Martínez, y Fernández en Hernández Hernández y Garnica González, 2015, p. 40)

El instrumento nos permitió lograr el reconocimiento de los problemas comunicacionales y establecer una priorización/jerarquización de los mismos en función de las inquietudes de los participantes. Para ello tomamos como base las entrevistas realizadas inicialmente, donde recuperamos problemáticas comunes y las pudimos poner en común en los talleres. A partir de los diálogos que se suscitaron, logramos ampliar las diferentes percepciones de los actores sobre las dificultades percibidas y en muchos casos compartidas. Al respecto cabe señalar que esta técnica se aplicó como puntapié inicial en el cual las circunstancias de los encuentros permitieron que se desestructurara por iniciativa de las personas que participaron en el taller.

⁹ En razón del espacio disponible, no será posible presentar en este trabajo los resultados obtenidos de las entrevistas.

3. Evaluación de las Necesidades de los Grupos

Técnicas Participativas de Análisis. Método árbol de problemas

Cabe aclarar que el instrumento que mencionamos anteriormente se utilizó en diferentes momentos del desarrollo de las actividades realizadas con la comunidad, lo que permitió inicialmente, "reconocerse" en las dificultades y necesidades comunes; posteriormente, indagar en sus propósitos y objetivos como institución; y para finalizar encontrar horizontes compartidos para la proyección de una comunicación comunitaria. Se trabajó con el esquema realizado por los propios participantes de acuerdo con su propia jerarquización de las necesidades comunicacionales de los grupos.

4. Diseño y Planificación del Producto

Construir la propuesta del producto Comunicacional: trabajo en comisión

En los talleres decidimos que se redactarían colectivamente las siguientes instancias: nombre de la revista, justificación, objetivos, metas, secciones, periodicidad, método de financiamiento y población objetivo.

Estas definiciones implicaron nuevas elecciones para la confección de la publicación: ¿Qué marca y colores nos representan? ¿Quién decidirá el contenido del número "0"? ¿Cómo se trabajarán las secciones, alrededor de los tópicos planteados por los referentes de las organizaciones que integran la revista? ¿Cómo involucrar a la mayor cantidad de actores en la toma de estas decisiones, sin que el trabajo sufra contratiempos, en cuanto a lo planificado?

Colectivamente, se decidió conformar una comisión integrada por 5 miembros (tres titulares y dos suplentes, de diferentes tipos de organizaciones) que serían participantes responsables en la confección del número "0". Establecimos que en cada reunión deberían estar presente al menos tres personas, quienes estarían autorizadas a tomar decisiones o avalar las propuestas que les presentáramos durante la producción de la revista.

Al mismo tiempo, la comisión mencionada se encargó de comunicar las decisiones tomadas y recabar información sobre la base de las sugerencias propuestas por los miembros de las organizaciones restantes, que luego fueron socializadas en las siguientes jornadas de trabajo.

Taller para presentar la propuesta al resto de los actores

El taller propició compartir la propuesta del número “0” de la revista comunitaria *Comunicando andamos*. En esta instancia, nos propusimos que la producción gráfica pudiera ser conocida y evaluada por la comunidad. Esta socialización contó con la presencia de miembros de las organizaciones sociales mapeadas, personas entrevistadas en la instancia de sistematización de archivos, y miembros de la comunidad en general.

5. Evaluación

Valoración Comunitaria

Se consensaron los indicadores a ser evaluados, como así también, los métodos y las técnicas a utilizarse. Este proceso fue compartido y socializado con la comunidad, quienes valorizaron positivamente el proceso.¹⁰

Comunicando Andamos: la construcción de una revista comunitaria

Esta revista está hecha para *andar*, no quedarse quieta, caminar, *patear la calle* en busca de interpelar al otro, moverlo de su zona de comodidad y echarlo a marchar también, a participar, dialogar, cuestionar y accionar. Dar el primer paso ante las miradas atónitas de los *inmutables* para decir desde una perspectiva de género: ando y anda comunicando comunidad y comunicando derechos, entonces... ¡Ahora sí, andamos!¹¹

Ser, no parecer: las secciones y el contenido

La tarea de definir las secciones y contenidos fue consensuada previamente en los talleres, en los cuales se se planteaban la necesidad de contar con secciones que les

¹⁰ A razón del espacio disponible, no será posible presentar detalles de la valorización comunitaria.

¹¹ Fragmento del editorial del Número “0”.

permitieran visibilizar sus acciones y agendas de trabajo, recogidos en los árboles de problemas colectivos.

Indagamos en profundidad recorriendo con los miembros de la comisión diferentes publicaciones de revistas comunitarias -regionales y nacionales- en sus versiones gráficas y digitales. Luego tomamos notas sobre posibles maneras de organizar nuestra comunicación, de manera tal que preservase siempre su propósito participativo. De estas indagaciones surgió el siguiente material con el nombre de las secciones y el contenido a abordar:

Figura 3. Elementos gráficos de las secciones



Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se explican los contenidos referentes a cada una de las secciones mencionadas.

Asuntos entrados (Sumario)

La propuesta de sumario se identifica con la manera de trabajar de la mayoría de las organizaciones -que presentan una estructura de comisión o consejo- en las cuales se labran actas sobre cada reunión que realizan. Generalmente el temario de esas reuniones es anticipado con el título de “asuntos entrados”.

Comunicando andamos

Editorial que plantea la participación de derechos y la posición de la revista. En el primer editorial realizamos una presentación de la publicación haciendo hincapié en la necesidad de plantear procesos participativos, donde la comunicación vehiculiza el diálogo en el encuentro de la comunidad y pueda generar acciones colectivas para la transformación democrática de la misma. El Editorial de cada número podrá ser escrita conjuntamente con las organizaciones, cuando las circunstancias ameriten una posición comunitaria respecto a algún tópico relacionado con los derechos vulnerados, la participación comunitaria y las demandas y necesidades de las organizaciones; entre otros.

En Visibles

Reportaje interpretativo que toma como base una entrevista que busca dar a conocer y profundizar el trabajo de las organizaciones sociales de la comunidad, las dificultades que atraviesan y movilizar acciones comunitarias concretas para la consecución de los derechos vulnerados a las mismas.

Ven/dicen

Columna de opinión y/o relato escrito por vecinos y referentes sociales, que piden la palabra para comunicar miradas, identidades y la historia territorial. Ellos nos *bendicen* con su sabiduría y experiencia, rescatando algún hecho o referente de la comunidad que ayude a cimentar espacios desde donde reconocernos y movilizar inquietudes a través de sus miradas y sus voces.

Fogones

Resumen y agenda de actividades de las organizaciones que forman parte de *Comunicando andamos*. La periodicidad bimestral permite que las organizaciones anticipen sus acontecimientos a la comunidad y a la vez, puedan programar una agenda donde unas no interfieran con otras.

Mateando

Espacio cedido a instituciones y personas que requieran participar de nuestra comunicación (sin pertenecer a la revista). Pasamos el mate, para que más instituciones se unan al fogón.

¡Gracias sarao!

Espacio de mención del *Staff* de cada número de la revista y los colaboradores que posibilitan la publicación de la misma. Titulamos este espacio como “sarao”, retomando la toponimia descrita por Tobarez (1995) en el marco referencial. Empleamos el “sarao” para afectuosamente decir “gracias *lugar del maíz*”.

Contenido para el Número “0”

En diálogo con la comisión, acordamos el contenido para el Número “0”. Les comunicamos que el Editorial de este número estaba reservado para hablar sobre los procesos realizados durante la elaboración de nuestro trabajo, acuerdo que aceptaron acompañar. Luego planteamos la posibilidad de realizar contenidos ligados a inquietudes comunes y, de manera estratégica, vinculados a las instituciones que los referentes de la comisión representan.

En Visibles sería uno de los artículos a desarrollar en el Número “0”, porque representa una de las secciones que comulga más estrechamente con los propósitos de la comunicación planteada. Acordamos invitar a una organización a vivenciar durante una semana su agenda de actividades y, entrevista mediante, poder realizar un reportaje de la tarea realizada por la organización, sus inquietudes y necesidades. Atendiendo a una petición de uno de los miembros de la comisión -interesado por la historia, la identidad patrimonial y cultural de Tilisarao e inquietado personalmente en hablar de referentes históricos de la comunidad-, acordamos que sería el encargado de redactar una columna de opinión/relato sobre Raúl B. Díaz. Este artículo sería integrado en la sección *Ven/dicen*. Por elección de su autor, abordaría la biografía del mencionado referente histórico, una persona ilustre en la historia de Tilisarao pero anónimo para las generaciones presentes de la comunidad.

Para finalizar, consideramos oportuno aclarar los siguientes puntos. Respecto del número de páginas de la revista, decidimos trabajar con múltiplos de cuatro puesto que la impresión se realizaría en hoja A3, la cual permite cuatro páginas de tamaño A4. Por otro lado, las secciones no desarrolladas en el Número 0, son aquellas que

se corresponden con contenidos de actualidad y, consecuentemente, no son abordadas en la versión de prueba. Estos aspectos fueron trabajados con la comisión en los momentos antes mencionados tratando de preservar el equilibrio entre la creatividad y practicidad de la revista.

Periodicidad, modo de financiamiento y distribución

Esta cuestión se acordó durante los talleres. Sobre diferentes propuestas se evaluó la posibilidad vertida por el representante de una cooperativa de servicios públicos, quién manifestó: “Esta revista es de interés comunal, creo que, haciendo un esfuerzo entre varias de las instituciones presentes y la ayuda de otras empresas y comercios de la localidad, podemos solventar periódicamente el gasto de la revista”. El modo de financiamiento determinó que la periodicidad sea bimestral, para no “congestionar el bolsillo y la voluntad de nadie” (conversación personal, 9 de abril de 2022). Luego, la comisión aceptando la propuesta estableció que la revista no realizaría publicidad tradicional, ya que no estaba en sus objetivos buscar una fuente de ingreso con la misma; en cambio, se priorizó costear los gastos de elaboración e impresión. Se citaría a los colaboradores en un apartado especial, como también el *Staff* de la revista.

La distribución estaría a cargo de las organizaciones participantes; en sus oficinas, lugares de funcionamiento y en puntos estratégicos consensuados y seleccionados por las mismas.¹²

Presentación del Número “0”

La presentación del Número “0” de *Comunicando andamos* a los demás actores de la comunidad se realizó el 23 de mayo de 2022, y contó con la participación de múltiples organizaciones que integraron la propuesta comunicativa. Además, estuvieron presentes referentes de la comunidad.

¹² Como puntos estratégicos consideramos los lugares y los espacios públicos de mayor circulación, como así también otros medios que pudieran poner en común el contenido de la publicación.

Para acceder al N°0 de la Revista, acceder a:

<https://www.flipsnack.com/9E77FEFF8D6/revista-maqueta-lista.html>

Consideraciones finales

Este trabajo concreta una vuelta a un espacio *común*, a *comunicar comunidad*. A pensar propuestas de acciones colectivas tras la necesidad de visibilizar las voces de las organizaciones de Tilisarao, para interpelar a otros actores sociales, políticos y económicos; a “caminar” conjuntamente la construcción democrática de nuestra comunidad.

El futuro tal vez nos depare iniciar nuevos talleres de periodismo y comunicación, que permitan a las instituciones participar con autonomía y continuidad sus proyectos comunitarios. Pensamos también la posibilidad de una publicación que pueda ser democratizada a más personas a través de la tecnología digital, sin abandonar las posibilidades de “encuentro” que hace siglos nos permite el papel impreso.

Queremos reconocer a las muchas personas que estuvieron involucradas en los diferentes procesos y momentos que conforman este *todo*, que mencionamos como COMUNicar COMUNidad. Algunas de manera temporal, otras llegando de sorpresa, para que el viento sople donde el horizonte parece escampar. Todas ellas con la voluntad de sumar experiencia y tomarla también, en el afán de cumular este maravilloso propósito de comunicar.

En la bitácora trazada en nuestro trabajo, se propuso la creación de una revista comunitaria en la localidad de Tilisarao, que permitiera visibilizar y potenciar la dimensión política de las prácticas de comunicación; “que recupere las voces de la comunidad y sobre todo que se preocupe por democratizar la información, generar nuevos canales de participación, construir democráticamente opiniones, tomar colectivamente decisiones [...]” como lo enunciase Uranga (2009, p. 4).

Nos propusimos también reflexionar acerca de la comunicación como articuladora de los demás derechos humanos. La comunicación como un derecho humano fundamental de todos; reconocido y legitimado por diferentes instrumentos legales, tal como el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el artículo 13 de la Convención Interamericana de Derechos Humanos, o la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión de la Comisión

Interamericana de Derechos Humanos de la OEA, entre otras. Ante este panorama tan claro, “¿Por qué habría de sernos tan difícil?”¹³.

Fue difícil, pero también enriquecedor y placentero, gracias a los procesos conjugados en las prácticas encarnadas junto a la participación de los actores sociales y sus aportes, y desde nuestro rol de comunicadores sociales (formados en la Universidad Pública y bajo sus principios) lo que posibilitó, en cierta manera, devolver la comunicación a los actores, muchas veces *postergados*, de la comunidad.

Para ello tuvimos que escuchar, comprender y vivenciar el accionar democrático de las organizaciones a la hora de elegir sus *batallas* a librar en la sociedad, donde el Estado parecía *eludir* responsabilidades y la ciudadanía *pecar* de pereza. *Plantamos cara*¹⁴ con el compromiso conjunto de comulgar una comunicación comunitaria.

Nuestro Número “0” de *Comunicando andamos* es una de las consecuencias de lo descrito anteriormente. Un espacio desde donde dar *pelea* (en el buen sentido); un anhelo de ser *caballito de batalla* que invita a pelear conjuntamente y, si es necesario, mostrar los dientes del lenguaje y morder con palabras la tierra que se pise al andar; muchas veces *batida*, donde es fácil patinar; y otras tantas *tupida de espinas*, donde hay que abrir senderos nuevos para avanzar sobre terreno de derechos.

Muchos autores nos “ayudaron a mirar”.¹⁵ Experiencias diversas de talleres comunitarios nos enseñaron metodologías para participar y comulgar la comunicación comunitaria; de las organizaciones de la comunidad (especialmente las que integraron la producción de la revista) aprehendimos la mirada, que sólo se obtiene cuando los zapatos se prestan, donde la frontera del *yo* y el *otro* parece

¹³ Frase inspirada en un pasaje del texto *Demian* de Herman Hesse: “Quería tan sólo intentar vivir aquello que tendía a brotar espontáneamente de mí. ¿Por qué había de serme tan difícil?” (Hesse, 2010, p. 6).

¹⁴ Frase inspirada en los dichos populares, según los cuales se trata de enfrentarse a algo o alguien, generalmente, resistiéndose a su fuerza o autoridad. Implica encarar situaciones adversas con determinación.

¹⁵ Frase inspirada en un pasaje del texto *Libro de los Abrazos* de Eduardo Galeano (2010).

diluirse en un *nosotros*; que permite *prestar oído y lamer heridas* que ayudan a curar los tejidos rotos de la sociedad y tender nuevos también.

Aprender a disentir y acordar, reaprender los abrazos, mates compartidos y caminar nuevamente juntos la calle, como intentó que olvidásemos la pandemia. Volver a Freire para que nos recuerde que la comunicación es “ese instrumento de transformación social: horizontal, participativo, popular” (Freire en Jenatsch y Bauer, 2016, p. 28); y COMUNicar COMUNidad con la convicción de que solo así se avanza para que “los derechos y la democracia vayan por la misma senda”¹⁶, esa cuyas huellas intactas conservamos si *Comunicando andamos*. “Caminante hay comunidad, si se hace comunicación al andar”.

Referencias bibliográficas

- ARAGNO, V. (2010). La inscripción personal en los procesos colectivos comunitarios. En Cicalese (coord.) *Comunicación Comunitaria. Apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva*. (pp. 119-126). La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- ÁVILA HUIDOBRO, R. y KEJVAL, L. (2017). Construyendo un mapa de la comunicación junto a las organizaciones populares Una experiencia de investigación acción participativa. *Redes de Extensión N° 3*, 39-54
- CARDOSO, N. (2007). La Comunicación desde una perspectiva de Comunicación Comunitaria [Archivo PDF]. <https://tresdelatres.files.wordpress.com/2009/03/textonuevo22008.pdf>
- GUMUCIO DAGRON, G. (2012). El derecho a la comunicación, articuladora de derechos humanos. *Razón y Palabra*, 207-233
- GATTI, I. y BERMÚDEZ, R. (2010). Experiencias y reflexiones sobre la comunicación comunitaria en Argentina y América Latina. En Cicalese (coord.) *Comunicación Comunitaria. Apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva*. (pp. 17-34). La Crujía, Buenos Aires

¹⁶ Frase inspirada en la canción de Atahualpa Yupanqui “El arriero va”.

- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, N. y GARNICA GONZÁLEZ, J. (2015). Árbol de Problemas del Análisis al Diseño y Desarrollo de Productos. *Revista Conciencia Tecnológica*, 50, pp. 38-46. Instituto Tecnológico de Aguascalientes Aguascalientes, México
- KAPLÚN, M. (1985). *El comunicador popular*. El Belén, Quito
- KEJVAL, L. (2010). En busca de la comunidad perdida. En Cicalese (coord). *Comunicación Comunitaria. Apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva*. (pp. 119-126). La Crujía Ediciones, Buenos Aires
- MATA, M. (1985). Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva. Curso de Especialización Educación para la comunicación. La Crujía, Buenos Aires
- MATA, M. (2009). Comunicación Comunitaria en pos de la palabra y la visibilidad social. En Área de Comunicación Comunitaria (Comp.) *Construyendo comunidades... Reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria*. La Crujía, Buenos Aires
- MORI SÁNCHEZ, M. (2008). Una propuesta metodológica para la intervención comunitaria. *Liberabit [online]*. vol.14, n.14, 81-90.
- MUÑOZ, J. (2018). *Tilisarao Retazos de su historia*. TOMO II. Talleres Gráficos de PAYNE S.A. San Luis.
- ROBIROSA, M. (2006). Articulación, negociación, concertación. *Revista Mundo Urbano*, No. 28. En <http://www.mundourbano.unq.edu.ar/index.php/ano-2002/55-numero-17/82-2-articulacion-negociacion-concertacion>
- NAVARRO NICOLETTI, F. y RODRIGUEZ MARINO, P. (2018). Aproximaciones conceptuales: comunicación popular, comunicación comunitaria y comunicación alternativa. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 7(2), 37-66
<http://dx.doi.org/10.25267/COMMONS.2018.v7.i2.02>
- TOBARES, J. (1996). *Toponimia puntana y otras noticias*. Fondo Editorial Sanluisenseño, San Luis.
- TODOROV, T. (1987). *La Conquista de América el problema del otro*. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.

URANGA, W., BRUNO, D., COHELO, R., ROMBOLÁ, L., MAGAROLA, O., CARDOSO, N., ESCOBAR, V., KEJVAL, L., RODRIGUEZ, L. y DI MAURO, M (2009). *Comunicación comunitaria*. VCR Impresores S.A., Buenos Aires.

La comunicación en el medio: relaciones sociales como sostén organizativo. Estudio de caso de un medio sin fines de lucro del sur de Córdoba.

Communication in the environment: social relationships as organizational support. Case study of a non-profit media in the south of Córdoba.

Carlos Leiggener

Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UNRC). Trabajador docente en el Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC, Argentina). Trabajador periodista en el periódico El Megáfono. Investigador en el Proyecto "Tensiones rurales en una agrociudad pampeana. Actores, experiencias y políticas".
carlosleiggener@hum.unrc.edu.ar

Fecha de Recepción: 21/06/2023 - Fecha de aprobación: 16/09/2023

Cómo citar: LEIGGENER, C. (2023). La comunicación en el medio: relaciones sociales como sostén organizativo. Estudio de caso de un medio sin fines de lucro del sur de Córdoba. *Revista Argentina de Comunicación* 11(14), 98-120.



Resumen

Muchas veces cuando hablamos de comunicación tendemos a priorizar los medios (el aparato, el producto) más que lo que dicho medio expresa en términos de relaciones sociales, fundamentalmente cuando pensamos a los medios solo desde una lógica mercantil. Pero lo que buscamos aquí comprender es la amalgama social desde la mirada de la comunicación comunitaria y popular, haciendo mayor énfasis en las relaciones sociales construidas en torno a un medio de comunicación autogestionado en la ciudad de Río Cuarto, Provincia de Córdoba, Argentina. Nos preguntamos cómo se sostienen estas prácticas de comunicación sin fines de lucro, en el marco de una economía mercantilizada y concentrada: ¿De qué manera un medio con estas características pudo, puede, podría sostenerse en el tiempo?, ¿Cómo es el trabajo en este tipo de experiencias?

A partir de un estudio de caso, pudimos profundizar acerca de los vínculos que los actores del medio y del entorno organizativo, principalmente del mundo del trabajo, tejen para sostener y construir esta herramienta de comunicación. En el análisis, construimos mapas de actores, como metáforas ilustrativas de las redes distribuidas que son el esqueleto de estas experiencias comunitarias. Por eso, es la propia participación y organización lo que construye la sostenibilidad, lo cual nos habla más de un proyecto político e integral que de una lógica contable y mercantil.

Encontrarán aquí el recuento de un proceso de trabajo de investigación que arroja como conclusión, entre otros aspectos, de qué manera las organizaciones sociales de trabajadores tejen, construyen y consolidan herramientas de comunicación social y sentidos que promueven la construcción de poder para resistir a los embates de la mercantilización de la comunicación.

Palabras clave: Comunicación comunitaria y popular; medio autogestionado; mundo del trabajo; organización; relaciones sociales.

Abstract

Many times, when we talk about communication we tend to prioritize the media (the device, the product) more than what said media expresses in terms of social relations, fundamentally when we think of the media only from a commercial logic. But what we seek to understand here is the social amalgam from the perspective of community and popular communication, placing greater emphasis on the social relationships built around a self-managed media in the city of Río Cuarto, Province of Córdoba, Argentina. We ask ourselves how these non-profit communication practices are sustained, within the framework of a commodified and concentrated economy: In what way could a medium with these characteristics be able, can, be sustained over time?, What is it like to work in this type of experience?

Based on a case study, we were able to delve deeper into the links that the actors in the environment and the organizational environment, fundamentally in the world of work, weave to sustain and build this communication tool. In the analysis, we build maps of actors, as illustrative metaphors of the distributed networks that are the supporting skeleton of these community experiences. Therefore, it is the participation and organization itself that builds sustainability, which speaks more to us about a political and comprehensive project than about an accounting and commercial logic. You will find here the account of a research work process that concludes, among other aspects, how the social organizations of workers weave, build and consolidate social communication tools and meanings that basically promote building power to resist the ravages of the commodification, increasingly concentrated, of communication.

Keywords: Community and popular communication; self-managed environment; world of work; organization; social relationships

Introducción

Sobre la comunicación comunitaria y popular, hay una variada bibliografía que indaga y explora prácticas de construcción de medios en América Latina (Kaplún 1985; Cicalese 2010; Mata, 2011; Balán, Alegría y Borri 2013). A simple vista se podría pensar que todo está escrito o dicho. Pero, al indagar en experiencias concretas de comunicación comunitaria, encontramos -siempre- algún párrafo por escribir.

Es que la realidad de cada caso tiene sus particularidades, singularidades, dimensiones, tanto como matices que conforman una complejidad que las propias reflexiones teóricas no logran abarcar en su totalidad.

Bien lo señala María Cristina Mata cuando postula que “la distancia entre el mundo académico y las experiencias populares de comunicación produjo -salvo excepciones- una simplificación de problemas que sin la debida profundización aparecen una y otra vez como deudas pendientes” (2011, p.5). En el mismo sentido, Natalia Vinelli plantea que “las clasificaciones reducen la complejidad y la simplifican, impidiendo la reflexión. No obstante entendemos que si es inconducente clasificar lo alternativo también lo es abusar de su ambigüedad” (2013, p.2).

Cuando nos acercamos a algunas experiencias organizativas, podemos afirmar que esa compleja heterogeneidad práctica-teórica, más que un problema, resulta una de las particularidades, que en muchas de sus prácticas construyeron-construyen medios de comunicación.

Muchas veces cuando hablamos de comunicación tendemos a priorizar los medios (el aparato, el producto) más que lo que dicho medio expresa en términos de relaciones sociales, fundamentalmente cuando pensamos a los medios solo desde una lógica mercantil. El presente artículo busca profundizar en la amalgama social que permite ser el esqueleto de sostén de estas prácticas organizativas.

Concretamente, expondremos algunos resultados de un estudio basado en el análisis de la experiencia organizativa de un medio autogestionado de la ciudad de

Río Cuarto¹. Dicho caso es *El Megáfono*, periódico gráfico de distribución gratuita en papel - también en la actualidad en soporte digital- que se distribuye en la ciudad, ubicada a 200 kilómetros al sur de la capital cordobesa y que es editado por la Cooperativa de Trabajo Bases Limitada. Sus comienzos datan del 11 de septiembre de 2004, fecha en que la primera publicación circuló en las calles. Y como autor, soy parte de la experiencia organizativa del medio de comunicación, que tomamos como caso de estudio. Fue un trabajo largo, con idas y vueltas - tanto el de investigación como el de la organización del medio- que permitieron profundizar acerca de qué hay detrás del sostenimiento de un proyecto de comunicación social sin fines de lucro en un sistema donde prima la mercantilización de la información, dentro de una estructura económica-política cada vez más centralizada.

Claro que al hablar de sostenibilidad, no buscamos reducirlo a un aspecto contable o empresarial. Sin menosprecio de esta particularidad, proponemos conocer el entramado de actores sociales que están alrededor de esta práctica comunicativa.

Seguimos en el intento y no es solo una formalidad de este artículo. Porque justamente vimos que el conocer-hacer de esta práctica se transforma y modifica permanentemente.

Primero las relaciones sociales

Partimos del supuesto general de que en toda actividad que implica producir un bien o servicio -por ende también en los medios masivos de comunicación- existen relaciones sociales fundamentales de producción. “Cuando pensamos en las comunicaciones modernas, pensamos de inmediato en ciertas tecnologías”, explica Raymond Williams (1982). Sin embargo, el mismo autor indica que “las comunicaciones son siempre una forma de relación social y los sistemas de comunicaciones deben considerarse siempre instituciones sociales” (p. 183).

¹ El trabajo de investigación lleva por título: “La comunicación en el medio: las relaciones sociales en torno a una práctica autogestionada” y corresponde al Trabajo Final de Licenciatura (TFL) de la carrera de Ciencias de la Comunicación, perteneciente a la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC), provincia de Córdoba, Argentina.

Al partir de los estudios de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (Bolaño, Narváez, López en Bolaño, Duretta, Cimadevilla, 2015), nos enfocamos en el estudio de las relaciones sociales, particularmente de las relaciones de poder, que constituyen la producción, la distribución y el consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación (Mosco, 2006, p. 59).

Más precisamente, pensamos las relaciones sociales como conjunto de vínculos que nos permiten comprender el propio medio de comunicación. No ya desde el contenido de sus páginas o de su línea editorial (exclusivamente), sino a partir del germen organizativo detrás del soporte determinado, sea este papel o digital.

Adherimos a lo planteado por Haiquel cuando dice:

toda relación entre los seres humanos, es compleja. Es decir que no es un hilo que vincula dos elementos de manera biunívoca, sino que es un vínculo múltiple, que como un cable coaxil, habilita varias conexiones distintas, aunque no todas sean operativas simultáneamente, y en la que siempre una es predominante (en Abatedaga 2008, p. 91).

Al caracterizar esos vínculos múltiples pudimos ver, por un lado, las tendencias estructurales del sistema de producción capitalista. En resumidas cuentas, el aumento de la precarización del trabajo. Todo esto, motorizado por la transformación digital en la actividad, que cambió un conjunto de formas del trabajo, pero que en su contenido ratifica la tendencia a un mayor grado de explotación de los trabajadores, sea de modo directo o vía indirecta por medio de tercerizar o multiemplear. Con el objetivo de reducir costos laborales, se reemplazaron los sistemas mecánicos por electrónicos y así se eliminaron miles de puestos de trabajo (Mosco, 2006, p. 68). Como indica Mosco:

los sistemas digitales actuales permiten a las compañías expandir este proceso. Los reporteros de prensa actúan cada vez más bajo los roles combinados de editor y productor. No sólo informan sobre una historia, sino que también la convierten a un formato para su transmisión a la página impresa y, cada vez más, electrónica. Las compañías en general retienen los derechos de la multiplicidad de formatos y por tanto ganan con cada uso. (p. 68)

Por otro lado, constatamos cómo se produce la amalgama social en torno a un Medio Social de Comunicación Autogestionado -en adelante MSCA-. Esto es, los

flujos y las dinámicas organizativas que son el sostén y esqueleto de estas prácticas. Y es aquí donde empezamos a responder -y también a preguntarnos más cuestiones- acerca de cómo se sostienen este tipo de experiencias.

No es solo un juego de palabras que hagamos hincapié en lo social. Porque el medio, para nosotros primero es social y luego de comunicación. Suscribimos al planteo de Mata (2011) cuando hace referencia a los distintos estudios de medios alternativos y comunitarios, donde la comunicación popular no habla de medios. ¿De qué habla entonces? Mata dice:

Contra esa idea, y sin minimizar los aspectos técnicos y metodológicos implicados en las prácticas, rescataba para la comunicación popular su condición de palabra asociada a organizaciones y movimientos colectivos de carácter popular que iba nombrando cuándo, dónde y cómo podía hacerlo, aquello que les impulsaba a reunirse y actuar: siempre unos derechos conculcados, unas necesidades insatisfechas, unas condiciones de vida inhumanas y/o represivas, unas ideas y propuestas para superar aquellas condiciones y situaciones (p. 7).

Pero también hablamos de social, y es acaso el aporte, porque partimos de pensar estas experiencias desde las relaciones sociales. Reconocemos en estas prácticas la vocación de producir herramientas de comunicación sin ánimos de lucro, es decir, sin fines comerciales exclusivamente. Reconocemos en nuestra conceptualización la riqueza de otras denominaciones (comunitario, popular, alternativo) más vinculadas a lo heterogéneas, variadas y ricas que han sido estas prácticas en el último medio siglo a lo largo y ancho del continente.

En este marco, el estudio que compartimos se propuso como objetivos principales de investigación: por un lado, caracterizar las relaciones sociales que se manifiestan en un MSCA de una ciudad intermedia; y por el otro, conocer la dimensión estructural y la dimensión simbólica de dichas relaciones.

Para estos objetivos, realizamos un recorrido que llamamos Estrategia Cualitativa Integrada². Cualitativa porque tuvo como propósito la interpretación sensible de los

² Como quien investiga también es parte del caso, precisamente trabaja en la Redacción que elegimos como unidad de análisis, tomamos algunas decisiones en el marco de la estrategia metodológica. Optamos por intervenciones de recolección de información que guarden cierta “distancia” entre quien oficia, en el marco de este proceso, como “investigador” y quienes

fenómenos sociales a partir de principios explicativos teleológicos. Nos orientamos por esta metodología ya que persigue el estudio de los significados humanos y cómo estos se revelan en el contexto de la sociedad; en nuestro caso nos referimos a los significados, motivos, sentidos de los propios actores participantes del proceso de producción de un medio de comunicación. Por otra parte, nos permitió la construcción de una estrategia flexible que pudo adaptarse al devenir del proceso investigativo.

En cuanto al caso nos valemos del valor científico que estriba en su carácter denso, narrado en toda su diversidad a fin de desentrañar sentidos generales, metáforas, alusiones, alegorías que se expresan en las múltiples marcas de la unicidad del caso (en Archenti, Marradi, y Piovani 2018, p. 294).

En el cuadro I, podemos ver una síntesis de la Estrategia Metodológica Integrada llevada adelante, con sus técnicas, instrumentos y procedimientos.

fueron “entrevistados”. Nos referimos específicamente a que como técnica utilizamos Formularios autorellenables de preguntas abiertas en formato papel (Instrumento I) y digital (Instrumento II). El Instrumento fue un cuestionario autorrellenable (Aldridge y Levine, 2001): En este método, las personas indagadas rellenan ellos mismos el cuestionario. Puede tratarse de un cuestionario por correo postal, que una vez relleno se devuelve por correo. Puede tratarse de un cuestionario que se entrega en mano y que debe responderse en el mismo momento [...]. O puede tratarse de un cuestionario por correo electrónico, que una vez relleno se retorna por el mismo medio. (2001; p. 75) Los autores citados reconocen justamente como una de las ventajas en este tipo de cuestionarios que el investigador no tiene que estar presente y de este modo no influye en la situación de entrevista para los encuestados. Asimismo, como contrapartida, coincidimos con los autores al aceptar que no hay control sobre el contexto de respuesta y que las preguntas deben ser simples (Aldridge y Levine, 2001). Agregamos que este tipo de instrumentos no permite, como sí lo hace la entrevista, la posibilidad de la repregunta y el diálogo in situ y fluido entre entrevistador-entrevistado. De todas maneras, ambos instrumentos contribuyeron a la posibilidad de realizar una serie de preguntas abiertas y generales para recoger la mayor cantidad de datos, significados y características posibles acerca de las relaciones sociales del MSCA. Estos dos instrumentos se integraron y combinaron en el momento del análisis, en la búsqueda de abordar los objetivos de investigación.

Cuadro 1: síntesis de la estrategia cualitativa integrada

	Recolección de Datos	Tratamiento de Datos
Técnicas	Formulario autorrellenable de preguntas abiertas	Análisis de frecuencias (I) Modalidad ilustrativa y analítica (I y II)
Instrumentos	Cuestionario autorellenables en papel Formulario Google	Matriz de cuantificación y clasificación de actores. Matriz de datos cualitativos
Procedimientos	Entrega y escritura en Formato Papel en las sucesivas ediciones del Megáfono. (I) Envío de Formulario Google por correo electrónico (II)	Tratamiento univariado a partir de la distribución de frecuencias y análisis cualitativo (I) Categorización (I y II)

Fuente: Autoría propia, 2022

En torno a este MSCA, y a partir de la metodología implementada, encontramos un conjunto de flujos entre actores como una malla (red distribuida) interconectada, multidireccional e integrada (ver Mapa 1). Así, se trascienden los límites que se trazan en la propia institucionalidad de las entidades de esa red y se ven mutuas relaciones más dinámicas³. En esta caracterización alrededor del medio,

³ En uno de los mapas realizados (inserto en este trabajo) ubicamos a los actores intervinientes en la redacción y edición del periódico. Hacia afuera, en dos anillos, tenemos otros conjuntos de actores que

hemos agrupado en torno al *fortalecimiento* como a la *participación*, categorías emergentes producto de este análisis. Alrededor de estos anillos, se encuentran los actores mencionados en el instrumento I, ubicados en función de las tareas/actividades de cada momento: contenidos fuentes; impresión; distribución papel; distribución digital; insumos; medios de producción; ingresos. En cuanto al momento Producción de Contenidos, encontramos los siguientes tipos de actores, según cada tarea/actividad: Fuentes 44 actores, redacción y edición 13 actores, impresión 6 actores y fortalecer 3 actores. Así como también en el momento de

encontramos 146 actores que fueron identificados por los integrantes de la Redacción de El Megáfono⁴.

Mapa 1: actores intervinientes en el proceso de producción de un medio social de comunicación autogestionado⁵

distribución, tanto digital como en papel hay 33 actores. En relación al momento de producción económica, en la obtención de insumos hay 7 actores, en obtención de medios 10 actores, en ingresos 9 actores, y en fortalecimiento y participación 11 y 13, respectivamente.

⁴ Dentro de la Cooperativa de Trabajo Bases Limitada, elegimos la Redacción como la unidad de análisis principal para conocer el proceso organizativo desde la perspectiva de los actores que generan los contenidos del medio. Quisimos priorizar de esta manera, porque es en la Redacción donde se producen el conjunto de temas y agendas en relación a los contenidos periodísticos. Además, consideramos a la Redacción de El Megáfono como una forma de “condensación”, ámbito que nos permitió densificar, en términos de lo que Archenti (2008) y Stake (1994) proponen para los casos instrumentales, datos en torno a las relaciones sociales y los sentidos, otros de nuestros puntos de interés.

⁵ Tanto el Mapa 1, como el 2 (que se mostrará a continuación), han sido realizados en el marco del análisis del Trabajo Final de Licenciatura mencionado en la Introducción. Algunos elementos tienen que ver con conclusiones que fueron realizadas en dicho trabajo y que trascienden este artículo.

Además, hablar de comunicación interna o externa, como si se tratara de dos mundos completamente separados y excluyentes. no permite avizorar la dinámica presente.

Esto no solo nos permitió encontrar nuevas líneas para escribir, sino también conocer una dinámica múltiple de vínculos entre actores que nos permitieron trascender los límites de linealidad y causalidad con la que a veces intentamos comprender las dinámicas organizativas sociales.

En resumidas cuentas, contamos con al menos tres hallazgos que nos permiten seguir escribiendo la historia de la comunicación social y serán los siguientes apartados en el presente artículo: 1) trabajadores emergentes de un mundo cambiante, 2) la participación como sostén y 3) la comunicación en el medio.

Trabajadores emergentes de un mundo cambiante

Una categoría emergente de esta investigación, es la dimensión del *mundo del trabajo*, denominación que utilizamos para nombrar al conjunto de actores sociales que principalmente aparecieron en el caso estudiado.

Cuando analizamos la composición de ese entramado, más allá de sus distintas formas, nos encontramos con trabajadores asalariados nucleados en organizaciones sindicales, con trabajadores autogestionados (no asalariados) pertenecientes a organizaciones cooperativas o a trabajadores que no se ubican necesariamente en estas dos anteriores, pero que son parte de este mundo laboral. También están quienes combinan trabajo asalariado con autogestionado, evidenciando un proceso de multiempleo. Es así que de nuestro mapa, el 66,21 % de los actores que aparecieron son parte de este *mundo del trabajo*⁶. El resto de los actores son algunas empresas proveedoras del Taller Gráfico de la misma cooperativa⁷, puntos de distribución del periódico como Vecinales y Almacenes,

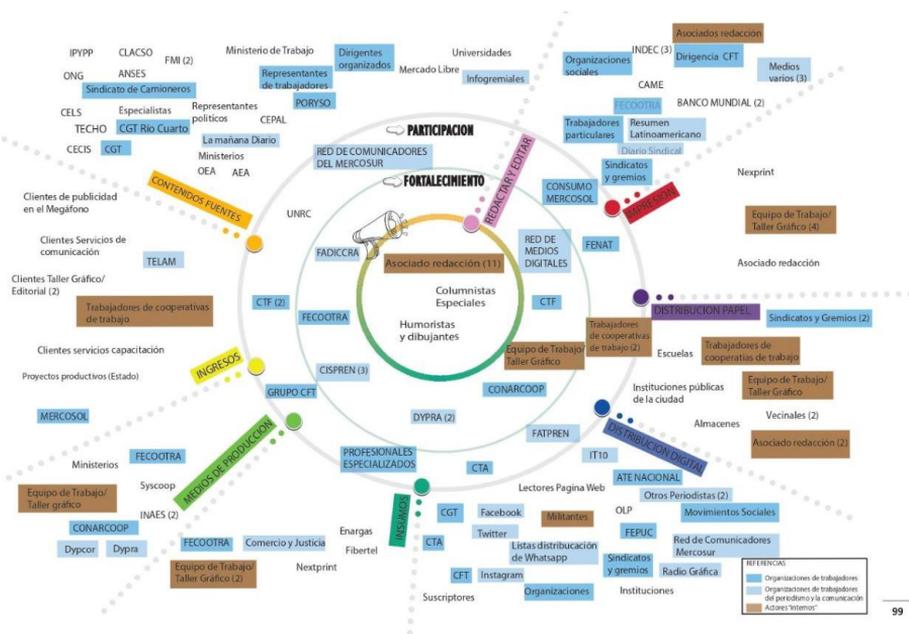
⁶En otra clasificación que hicimos, observamos que dentro de ese mundo del trabajo hay 36 actores de organizaciones de trabajadores (24,6%), 29 actores (19, 8%) de organizaciones de trabajadores del periodismo y la comunicación y 27 (18, 49%) son los que denominamos “internos”, trabajadores que integran las distintas cooperativas integradas en dicha red.

⁷ La Cooperativa Bases cuenta con el Taller Gráfico, que en sus orígenes tuvo como objetivo generar ingresos para sostener el proyecto en su conjunto, ya que el medio -por sí solo con pauta comercial- no podía sostenerse. Con el transcurso del tiempo esa matriz se fue

entidades del Estado y organismos mundiales y organizaciones no gubernamentales que aparecen en calidad de Fuentes periodísticas.

Desde un análisis estructural y simbólico de estas relaciones, pudimos identificar una dinámica permanente, fuertemente integrada a los actores del mundo del trabajo. Esto que puede visualizarse en los mapas, también emerge como parte del proyecto social, de los objetivos políticos y de los sentidos de los actores del MSCA.

Mapa 2: caracterización de los actores intervinientes en el proceso de producción de un medio social de comunicación autogestionado



Fuente: Autoría propia, 2022

diversificando y el MSCA contó con mayores ingresos por pauta publicitaria. En la actualidad el Taller Gráfico realiza diseños, impresiones digitales, ploteos y edición de libros. Hoy la Cooperativa de Trabajo Bases tiene 14 asociados. De esos, siete miembros trabajan regularmente en la entidad: cuatro en la Redacción y tres en el Taller Gráfico.

El mapa no es solo es una foto donde los actores se ubican estáticos en una cadena de producción, sino que pudimos ver la búsqueda permanente por construir ese mapa, esos vínculos, esas relaciones. Por eso, el ir al encuentro de otros actores en particular tiene una intención política de construcción de redes para la supervivencia, pero para construir desde los intereses de las mayorías. Bien lo deja en claro el testimonio de uno de los asociados de la redacción:

Consideramos prioritarias aquellas organizaciones que involucren a la clase trabajadora (autónomos, cooperativos, en relación de dependencia y de todas las actividades) considerando esta característica como abarcativa sin distinción de sexo, raza, o religión, y que busquen y fomenten las mejores condiciones de vida para estos (Asociado Redacción).

Como plantea Haiquel (2008), vemos cómo la relación “dominante”, la que denominamos *mundo del trabajo*, habilita “varias conexiones distintas”. Conexiones que van desde ser una fuente a la hora de realizar una nota periodística, ser un punto de distribución a la hora de repartir el periódico en papel, pasando por ser generador de ingresos al llevar trabajos al Taller Gráfico, hasta ser parte de espacios de participación en conjunto, ya sea sindicales o en otras luchas que se realizan.

Desde las relaciones sociales establecidas en cualquier sistema de producción de un bien o servicio, aquí vemos de qué manera se tejen vínculos sociales (de solidaridad, económicos, de participación) que permiten realizar múltiples y variadas conexiones distintas. Ya en una red, las relaciones se comportan como nodos distribuidos y generan flujos de todo tipo que alimentan ese entramado social del que se nutre, en este caso, el MSCA.

La participación es el sostén

Vinculado al punto anterior, escribimos otro hallazgo en relación a la sostenibilidad de un MSCA en el marco de una economía centralizada y mercantilizada. Desde el principio nos preguntamos: ¿Cómo se sostienen estos medios sin fines de lucro? En primer lugar, consideramos, en el marco de nuestra investigación, que hablar de sostenibilidad no es solo hablar de aspectos contables. La sostenibilidad radica en una perspectiva integral que se nutre de distintas dimensiones como la económica, pero también la política e institucional.

Kaplún sostiene que

no hay que limitar la sostenibilidad a aspectos económicos, porque no dejará de ser importante poder cumplir con la propuesta comunicacional que le dio origen, mantener vínculos fuertes con la comunidad o formas de decisión y gestión colectivas que son constitutivas de la experiencia y sin las cuales no se reconocería. En ese sentido podemos hablar de «sostenibilidades»: sostenibilidad económica, social, comunicacional, político institucional. (2018, p. 54 y 55)

En el mismo sentido, Dagron indica: “que una experiencia sea sostenible en términos económicos, o incluso haya logrado su autofinanciamiento, no garantiza que cumpla las funciones de servicio a su audiencia y de fortalecimiento de las voces comunitarias”. Además plantea: “es en la relación que establece con su audiencia y en el proceso de participación comunitaria, que se justifica la razón de ser de una experiencia de comunicación comunitaria” (Dagron, 2005, p. 8).

Más allá del soporte, en el caso del trabajo de Dagron tratándose de radios comunitarias, en nuestro caso de lectores del medio gráfico, el razonamiento es el mismo. Es en las relaciones y los procesos participativos donde se completa el círculo de la sostenibilidad pensada en un sentido integral.

Pero hay una segunda dimensión en este aspecto que nos parece importante señalar. Encontramos que cierta escisión entre la economía, por un lado, y la política, por el otro, no permite explicar algunas prácticas. Por caso lo deja claro este testimonio de un asociado:

Entendemos que la participación en diferentes entidades que representan nuestra actividad como trabajadores es el camino para construir y reconstruir el tejido social que pretendemos: la organización y reivindicación del trabajo, los trabajadores y sus derechos, y que sea el trabajador como sujeto organizado el que encabece esas luchas y conquistas. (Asociado Redacción)

Las alianzas con otras organizaciones sectoriales y/o de trabajadores siguen siendo el sostén tanto material como social y político. Y lo que se podría considerar como separado, en términos de lo material y simbólico, está más integrado de lo que parece. Es en esa red y tejido de lo social donde se articula y sostiene el proyecto político de comunicación. Por lo tanto, *las redes de fortalecimiento y participación*, otra de las categorías

emergentes del trabajo, representaron los motivos de cómo es que se sostienen estas prácticas. Justamente porque es en la propia participación donde se permite la concreción del medio. No sólo porque es integral -como lo venimos exponiendo- sino porque hay en la economía decisiones políticas y en la política decisiones del campo de la economía. Esto configura, en cierto modo, decisiones para que los proyectos de comunicación, pensados como proyectos políticos, se sostengan y no sean extinguidos por las variables y leyes del mercado. Este es uno de los puntos que nos parece importante pensar y ponderar. En el marco de determinadas relaciones sociales de producción, es que en estas prácticas se construyen vínculos que permiten no revertir el esquema principal de relaciones de poder, pero sí construir trincheras de resistencia para sobrevivir y dar pelea con esquemas organizativos que permitan la construcción de medios sin fines de lucro.

Algo se puede ver en el mapa, conexiones y vínculos: como un caso de organización colectiva, pudimos encontrar trabajadores de distintas cooperativas de la Federación que distribuyen el periódico mientras que asociados de la Cooperativa de trabajo Bases participan en instancias de organización para el consumo de alimentos a través de la Cooperativa de Consumo. Parte de las mejoras de los asociados de la cooperativa es conseguir alimentos a precios accesibles y así sortear las dificultades de la propia supervivencia. Para contar otro ejemplo ilustrativo: el comienzo de la impresión del periódico en papel, en el año 2009, se pudo resolver por medio de un intercambio entre una imprenta cooperativa recuperada de Córdoba Capital, que edita e imprime el diario Comercio y Justicia. Así, mientras El Megáfono fue impreso en la mencionada entidad, integrantes de la Cooperativa Bases repartían este diario en papel a los suscriptores en la ciudad de Río Cuarto. Y otro: una cooperativa de diseño de software que es parte de la red de cooperativas, realizó el diseño de la web del periódico El Megáfono, pero también la aplicación para la realización de compras en la Cooperativa de Consumo.

Así, estos intercambios permiten sostener hacia el interior de este entramado, los usos de bienes comunes que se producen. Esto, claro está, no permite desenchufarse del mercado -ni del sistema-, sus precios y tendencias, pero sí desacoplar algunos aspectos y sobrevivir. Es por esto que decimos que la participación, y en todo caso la organización de la misma, es el sostén de varias prácticas, donde está la de un medio gráfico de distribución gratuita.

La comunicación en el medio

Podríamos afirmar que, al igual que en las esferas (momentos) de la producción-distribución-circulación y consumo de cualquier producto (mercancía en este sistema), existe un correlato de estos momentos con la propia producción organizativa social. Bien lo expone Mattelart cuando dice:

El modo de producción de la comunicación incluye todos los instrumentos de producción (todas las maquinarias usadas para transmitir información, que incluyen no solo la radio y la televisión, sino también el papel, las máquinas de escribir, los instrumentos musicales y cinematográficos, por ejemplo), los métodos de trabajo (la división en diferentes géneros, la codificación de la información usada en la transmisión de mensajes, los modos de reunión y selección de la información, etc.) y todas las relaciones de producción establecidas entre los individuos en el proceso de comunicación (relaciones de propiedad, relaciones entre el emisor y el receptor, la división técnica del trabajo, y todas las formas de organización y asociación) (2010, p. 48).

Por eso, desde el comienzo, nos pareció importante no sólo ir detrás de los artículos periodísticos del MSCA, y de las rutinas de sus periodistas; sino también comprender cuál era ese sostén social y organizativo que permitía producir, no sólo el periódico, sino también el conjunto de vínculos para consolidar en el tiempo este tipo de prácticas. No se trataba de correrse de la particularidad específica del medio de comunicación y su soporte. Más bien propusimos enfocarlo desde un lugar anterior, o en todo caso, desde algo que muchas veces queda oculto en lo que se nos aparece como producto o mercancía propiamente dicho. Ese trabajo anterior, esa construcción social, esos vínculos que se construyen permanentemente, son el esqueleto de estas prácticas.

Y más acá, también pensamos cuál era la lógica del trabajo periodístico en este tipo de MSCA. Como afirmaron los asociados de la Redacción, el trabajo periodístico era una de las tantas otras tareas: conseguir medios, hacer proyectos, participar en los diferentes espacios organizativos y federativos en los cuales el MSCA se inserta. El propio medio de comunicación cumple, de esta manera, un rol particular. Su agenda tiene que ver, más que con el aspecto noticioso en sí mismo, con las luchas

que llevan adelante distintas organizaciones que componen ese conjunto social. Así lo refleja otro de los testimonios:

(El medio) Se leyó mucho en ciertos ámbitos de militancia y sirvió al debate. En el debate acerca de la tierra y la vivienda ociosa en Río Cuarto, al aportar datos objetivos y contribuir a la organización de espacios de lucha en estos sentidos (Asociado Redacción).

Para esto, más allá de la fuerte presencia virtual producto de esta era digital, la llegada física de cada ejemplar en los puntos de distribución es fundamental. De alguna manera, es ahí donde se termina cerrando -completando- el circuito de los momentos de la producción social a la cuál hicimos alusión. La gratuidad, otro de los aspectos que nos parecieron importantes en un principio, viene a ser uno de los puntales para los objetivos de este proyecto en particular. Así lo refleja el siguiente testimonio:

Valorizamos la presencia física del medio en cada sector de la ciudad. Entendemos a la comunicación como un derecho humano. En este sentido tendemos a garantizar que los ejemplares lleguen a todos los barrios de la ciudad, y para que la información circule también el acceso a la misma debe ser gratuito, por eso la entrega de cada ejemplar es sin costo (Asociado Redacción).

En definitiva, el público no es o se corresponde con un público “lector” como cliente, sino que es un actor social: con intereses sociales concretos y con vocación participativa para abonar a la transformación social. Argumenta esta idea, la noción de retroalimentación y fundamentalmente el uso “formativo” de los contenidos para la propia vida de las organizaciones, más allá del uso de actualidad como cualquier otro medio. Con la gratuidad, este periódico en papel llega a los barrios y territorios concretos donde los actores sociales viven, cumple ese rol de organizador social y materializa la idea de la comunicación como derecho, abonando a su acceso y a su construcción.

Una síntesis

El recorrido expuesto intenta poner en valor las relaciones sociales. Suscribimos, en este marco, al decir de Mata, quien indicaba en relación a los años 70:

postular que los explotados y marginados no tenían voz era desconocer una palabra que se revelaba en sus prácticas, en su capacidad de organización y de lucha. Una lucha que tenía carácter gremial, social y político y que pese a muchas y generalizadas derrotas posteriores, alumbró los años de sueños transformadores en casi todo nuestro continente. (Mata: 2011, p. 2 y 3).

Pero aún existe cierta mirada enfocada en los medios desde la lógica mercantil, que hace perder de vista que lo que se juega permanentemente es la propia acción de los actores. Por tanto, podríamos plantear que no hay medios ni comunicación sin sujetos y actores sociales. Y esta reflexión que pareciera de una obviedad simplista, nos permite reconocer, en primer lugar, que son los entramados sociales y productivos, en conflicto y lucha, los que producen sentido, comunicación y también medios.

Por eso, en este trabajo hablamos de MSCA. Porque el medio es primero social y luego de comunicación. Como decíamos al inicio, no es solo un juego de palabras, sino que la importancia radica en reconocer que son las prácticas sociales de lucha las que crean condiciones para realizar y producir estos medios que abonen ese camino organizativo.

Es en este marco, es que nos animamos a pensar y proponer 10 ideas, a modo de síntesis, conclusiones y aportes al campo de la comunicación:

1. La situación estructural del sistema capitalista de producción condiciona la producción de bienes y servicios. Al igual que otros rubros, el escenario es de concentración, mercantilización y de lucro de la comunicación. Mientras esto sucede en el mercado de los medios, la precarización laboral en los trabajadores de prensa y comunicación es una constante. Las prácticas autogestionadas no son una excepción a estas reglas del sistema, ya que en ellas se sortean, organizativamente, estas dificultades para poder existir. Es importante intentar comprender estos aspectos como dos caras de una misma moneda: por un lado, las experiencias autogestionadas son, de alguna manera, consecuencia de un sistema de comunicación mercantil que -cada vez más concentrado- expulsa y precariza mano de obra. Por el otro, esas prácticas -potencialmente- construyen sentidos y organización para darle cuerpo a la resistencia a este sistema. Es potencial, porque sería inoportuno generalizar de modo absoluto los distintos grados organizativos de estas prácticas y sus trayectorias.

2. En torno a un medio de comunicación social se construyen prácticas. Allí se tejen vínculos y se comparten significados permanentemente. De manera dinámica e integral, lo estructural y simbólico se construye recíprocamente. Hay una permanente interacción, intercambio y diálogo de estas prácticas que van dando forma a procesos sociales organizativos. Hablamos de prácticas porque justamente los medios de comunicación son el reflejo -y acaso resultado- de lo que los actores sociales realizan. Por tanto, los medios se circunscriben en el marco de estas prácticas, y no al revés.

3. Sobre esta práctica, podemos pensar que la actividad periodística -tal como lo propician los manuales- no implica solo el oficio de escribir. Pudimos ver que estas experiencias se mantienen con una fuerte participación e impronta militante que apuesta a la organización permanente de los trabajadores, la solidaridad y la lucha en torno a proyectos políticos de transformación social. Puede ser este un punto que nos ayude a re considerar el propio campo de la comunicación y el periodismo, ya que esta realidad nos hace pensar si no habría que re-escribir los manuales que hablan de modelos, redacciones y trabajadores que ya no existen tal como cuando fueron escritos. Podemos afirmar que el periodista es más un *trabajador periodista* que trasciende las fronteras establecidas por las relaciones de producción asalariadas de un grueso de las empresas de medios.

4. Lo anterior no inhabilita que las prácticas en torno a MSCA impliquen la creación de soportes tecnológicos y con determinados significados y sentidos que promueven la información para incidir en la opinión pública (medios). Pero sí observamos que la construcción informativa no se rige solamente por los Factores de Valor Noticioso que se estudian en las carreras de periodismo, sino también son construcciones que se tejen al calor de las problemáticas y las luchas de distintos actores sociales. El medio es un vector que construye información para visibilizar, por un lado, los problemas, pero también aportar en un sentido formativo al debate de las organizaciones, por el otro lado.

5. Sobre las relaciones, rescatamos la posibilidad de pensarlas en un sentido de apropiación, que al ser reconocidas y aceptadas están siendo materialmente legitimadas en el ámbito comunitario de las que son parte. Ese reconocimiento y retroalimentación ilustradas en los mapas y en las evidencias de los entrevistados, nos hacen pensar en la posibilidad, de suponer que estas relaciones, se vuelven mapa de actores, se constituyen tema del periódico, se reorganizan en comunidad. Queda pendiente, para futuras investigaciones, comprender las interacciones y flujos que se producen en los distintos actores que conforman estos mapas. Es

decir, explorar los momentos de distribución y consumo con mayor profundidad, como cadena de valor completa y también como espacio de interacción.

6. Hablamos de Redes de Participación y Fortalecimiento donde encontramos un hilo común vinculado al mundo del trabajo fundamentalmente. Pero estas Redes funcionan con esquemas participativos dinámicos y horizontales y trascienden los propios límites de lo interno y externo de la institucionalidad organizativa. Más bien, hay participaciones cruzadas, intercambios solidarios, luchas en conjunto que definen nodos en permanente interacción, más que entidades estancas que internamente resuelven para un entorno exterior.

7. La sostenibilidad no puede verse sólo como algo contable o económico. Se trata de aspectos económicos, políticos, institucionales y comunitarios que le dan sentido y soporte a estas Redes y por tanto a los nodos que en ellas se constituyen. Encontramos en este tipo de experiencias, objetivos que tienen que ver con sostener estas prácticas en el tiempo como parte de los valores y tareas del proyecto político colectivo.

8. El *mundo del trabajo* es el título bajo el cual se aglutinan diferentes experiencias de organizaciones que construyen un tejido social, un carácter comunitario, asociativo de inter cooperación que permite no la construcción de relaciones diferentes a las dominantes, pero sí materialidad organizativa en términos de aminorar los impactos de la economía precarizada de mercado. Y a la vez, construir amalgama significativa de poder, para la transformación de las estructuras.

9. Es la gratuidad del periódico en papel un aspecto muy importante a tener en cuenta. Por un lado, porque el medio no es un valor de cambio que con un precio determinado circula en el mercado comercial. Es más bien un bien de uso que aporta -con datos e información- a la opinión pública. Por el otro lado, es un indicador del proyecto político ya que, más allá de las dificultades en términos materiales de la situación social, hay una decisión para que el producto de comunicación - como objetivo de la Cooperativa- no se rija por el precio. Por último, sumado a la gratuidad, está la distribución. La misma tampoco encuentra los circuitos comerciales clásicos, más bien fluye por distintos barrios y espacios de la ciudad donde se encuentran muchos de esos actores de las redes descriptas en el mapa.

10. Por todo esto, podemos afirmar que la comunicación está en el medio. En esas tendencias de la economía política, se producen prácticas que promueven la organización para torcer ese destino social. Aún con los trajines que implican las

condiciones económicas y sociales, se promueve un sentido político que permite organizar y producir herramientas de información que se orientan por un uso social territorial.

Bibliografía

- ALDRIDGE, A. E., & LEVINE, K. (2003). Topografía del mundo social: Teoría y práctica de la investigación mediante encuestas (1. ed.). Barcelona: Gedisa.
- ARCHENTI, N. , MARRADI, A. y PIOVANI, J. (2018). *Manual de Metodología de las Ciencias Sociales*. Siglo Veintiuno Editores.
- BALÁN, E., JAIMES, D., ALEGRÍA, H. & BORRI, N. (2013). *Barrio Galaxia. Manual de la comunicación comunitaria*. Centro Nueva Tierra.
- BOLAÑO, NARVÁEZ, LÓPEZ (2005) Introducción. en Bolaño, C; Mastrini, G y Sierra, F. (Eds.) *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Ediciones La Crujía.
- CICALESE, G. (coord.) (2010) *Comunicación Comunitaria*. Ediciones La Crujía
- DAGRON, A. (2005). Arte de equilibristas: La sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. *Punto Cero*. Universidad Católica Boliviana
Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=421839599002>
- HAIQUEL, M. (2008) “Una aproximación a la consideración de la comunicación social como relación social de producción” en *Comunicación epistemología y metodología para planificar por consensos*. Abatedaga, N. (compiladora). Editorial Brujas. Disponible en: <https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/comyddhhlic/wp-content/uploads/sites/116/2020/03/Abatedaga-Comunicaci%C3%B3n.-Epistemolog%C3%ADas-y-metodolog%C3%ADas-para-planificar-por-consensos.pdf>
- KAPLUN, G. (coordinador). (2015-2018). *¿Vivir o Sobrevivir? Sostenibilidad de las alternativas mediáticas en Uruguay*. Friedrich-Ebert-Stiftung, Uruguay.
Disponible en: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/uruguay/15739-20191204.pdf>
- MATA, M. C. (2011): “Comunicación Popular: Continuidades, transformaciones y desafíos”. *Revista Oficios Terrestres*. Vol. 26, nro. 26. Disponible en:

<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/982>

- MATTERLART, A. (2010). *Para un análisis de clases de la comunicación: introducción a comunicación y lucha de clases*. Editorial Cooperativa el Río Suená.
- MOSCO, V. (1988). "Toward a theory of the state and telecommunications policy", *Journal of Communication*, 38(1), Winter, pp. 107-124.
- MOSCO, V. (2006). *La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después. CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. Canadá Research Chair in Communication and Society. Queen's University.
- STAKE R.E. (1995) *Investigación con estudio de casos*. Ediciones MORATA.
- VINELLI, N. (2013) De la posibilidad de existencia a las condiciones de funcionamiento aceptadas. Las dificultades del encuadramiento de la alternatividad dentro de la categoría sin fines de lucro. *AVATARES de la comunicación y la cultura*, N° 6. ISSN 1853-5925. Diciembre de 2013. Disponible en: <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/4809/3941>
- WILLIAMS, R. (1982) *Historia de la Comunicación, Volumen 2*. Editorial Tesis SA. Barcelona, España.

Contrainformación en dictadura. El caso Radio Noticias del Continente (1979-1981)

Counter information in dictatorship. The Radio Noticias del Continente case (1979-1981)

Mg. Carlos Rodríguez Esperón

Lic en Ciencias de la Comunicación (UBA) Mg. en Periodismo (UBA) Ex docente Universidades Nacionales de Buenos Aires, Lomas de Zamora y La Matanza. caresperon@yahoo.com.ar

Fecha de Recepción: 21/06/2023 - Fecha de aprobación: 03/09/2023

Cómo citar: RODRIGUEZ ESPERON, C. (2023). Contrainformación en dictadura. El caso Radio Noticias del Continente (1979-1981). *Revista Argentina de Comunicación* 11(14), 121-148.



Resumen

El presente artículo trata sobre la dimensión instrumental de las prácticas comunicacionales cuando las mismas se articulan con los objetivos de transformación social que guían las acciones de una organización política revolucionaria. Propone para el análisis de dichas prácticas, un modelo de funciones asociadas a propósitos que la organización persigue al momento de decidir su implementación. Este texto sustenta sus afirmaciones en el trabajo de investigación titulado "Radio Noticias del Continente. Una experiencia contrainformacional de Montoneros en el marco de la Contraofensiva (1979-1981)", presentado por el autor como Tesis Final en la Maestría en Periodismo de la Universidad de Buenos Aires. Sobre la base de una importante cantidad de entrevistas realizadas a los protagonistas directos de esta experiencia, la recuperación de más de cinco horas de emisiones y un exhaustivo relevamiento biblio-hemerográfico realizado en Costa Rica y Argentina, la tesis reconstruye la historia de la emisora en el marco de las acciones políticas y militares de la organización Montoneros en esos años.

Palabras clave

Contrainformación - Comunicación alternativa - Historia de los medios

Abstract

This article deals with the instrumental dimension of communication practices when they are articulated with the objectives of social transformation that guide the actions of a revolutionary political organization. It proposes for the analysis of these practices, a model of functions associated with purposes that the organization pursues when deciding its implementation. This text supports his statements in the research work entitled "Radio News of the Continent. A counterinformational experience of Montoneros in the framework of the Counteroffensive (1979-1981)", presented by the author as Final Thesis in the Master's Degree in Journalism at the University of Buenos Aires. Based on a significant number of interviews with the direct protagonists of this experience, the recovery of more than five hours of broadcasts and an exhaustive bibliohemerographic survey carried out in Costa Rica and Argentina, the thesis reconstructs the history of the station in the framework of the political and military actions of the Montoneros organization in those years.

Keywords

Counterinformation - Alternative communication - Media history

Introducción

En octubre de 1976 la organización político militar (OPM) Montoneros, decidió que sus principales dirigentes y militantes salieran del país a fin de proteger sus vidas. El juego siniestro de secuestros, torturas, desapariciones y asesinatos que implementaba la dictadura, no distinguía niveles de protagonismo y la existencia misma de la organización estaba en riesgo.

Hasta este momento de su historia Montoneros carecía de una política exterior que en esta adversidad pudiera brindarle contención. Si bien de manera individual algunos dirigentes habían desarrollado contactos desde comienzos de los años '70, no existían estructuras consolidadas sobre las que pudiera guarecerse. Al mismo tiempo sus dirigentes negaban en términos absolutos que la salida del país pudiera entenderse como un abandono de la lucha y convocaban a continuar la resistencia de manera activa, hasta que estuvieran dadas las condiciones para una contraofensiva que desalojara a la Junta Militar en el poder. Reorganizar la acción política y militar desde fuera del país, entre los muchos desafíos que implica, uno en particular orienta la atención de este artículo: el de las prácticas comunicacionales que demanda el objetivo perseguido, en este caso la continuidad del enfrentamiento con la dictadura.

Desde esta perspectiva podemos agrupar los problemas que se le presentaban a Montoneros en este nuevo escenario, en tres grandes grupos: 1) La necesidad de establecer canales estables y masivos de difusión de sus posiciones políticas, a fin de mantener su presencia en el espacio público argentino; 2) Desarrollar canales de comunicación con los militantes que permanecían en el territorio; 3) Construir un entramado político comunicacional internacional desde donde sostener las demandas del nuevo contexto que enfrentaba la organización.

El primer ítem no era nuevo para Montoneros, ya que en 1974 el gobierno de María Estela Martínez de Perón había dictado los primeros decretos que ilegalizaban su accionar, incluyendo cualquier tipo de difusión sobre el mismo. Sin embargo en ese momento el nivel de represión todavía se mantenía dentro de ciertos marcos de legalidad, permitiendo que los medios, a través de distintos subterfugios, publicaran sus principales expresiones políticas, fundamentalmente los comunicados. A diferencia de su antecesora, la Junta Militar fue taxativa en la

prohibición y la más pequeña manifestación discursiva podía ser penada con la clausura del medio. La desaparición forzada de opositores tuvo su correlato en la prensa, con la manifiesta aprobación de las grandes empresas del sector.

El segundo grupo da cuenta de los problemas para poner en circulación una prensa propia. Si algo caracterizó la historia de Montoneros fue la producción masiva de medios de comunicación. Aún en la clandestinidad se siguieron editando publicaciones periódicas, siendo la más importante la revista *Evita Montonera*. Pero en esta dimensión también la acción de la dictadura fue implacable y la sola posesión de un volante podía significar la pérdida de la vida.

El último punto es el que se deriva de la situación del exilio y la necesidad de mantener el trabajo político de oposición a la dictadura en el escenario internacional. Este período de intervención extraterritorial, que va desde comienzos de 1977 con el lanzamiento en Roma del Movimiento Popular Montonero (MPM), hasta comienzos de 1982 cuando se publica el último número de *Vencer*¹, se puede dividir en dos etapas. La primera centrada fundamentalmente en la denuncia a las violaciones a los derechos humanos realizadas por la dictadura y la segunda orientada a la construcción de la imagen de una fuerza beligerante, de cara a las necesidades de la Contraofensiva.

En virtud del desarrollo tecnológico de la época, la radio de onda corta era el único medio de comunicación que permitía dar una respuesta conjunta a los problemas planteados. Se trataba de un medio de alcance masivo que podía cubrir la totalidad del territorio argentino emitiendo desde el exterior, abría la posibilidad de enviar mensajes específicos para los militantes que seguían en el país y al mismo tiempo su onda impactaba en distintos lugares del planeta. Para estos años ya eran conocidas experiencias como la de *Chile Escucha*, programa transmitido por Radio Moscú donde se denunciaban las atrocidades de la dictadura pinochetista y las denuncias que sobre la dictadura argentina emitía Radio Netherland. A estas habría que sumar, aunque en un contexto diferente, la experiencia de Radio Rebelde desde los albores de la Revolución Cubana, imagen paradigmática de la articulación entre medios de comunicación y guerrilla.

¹ *Vencer* fue la revista internacional del Movimiento Popular Montonero y publicó 12 números entre 1979 y 1982

Con estos antecedentes en el imaginario de la clandestinidad comunicacional, la idea de transmitir desde el exterior comenzó a germinar en distintos estamentos de la conducción montonera. El periodista Juan Gasparini (1988:159), integrante del área de prensa de Montoneros, afirma que el proyecto original planteaba la posibilidad de transmitir desde Angola², mientras Carlos Suárez afirma que "la idea de la radio llevaba años hablándose entre los integrantes de la Secretaría de Prensa, como él, Gelman y Bonasso"³. Por otro lado Jorge Lewinger, periodista e histórico militante de Montoneros, consultado para esta investigación afirmó que

(...) la idea original fue de la Conducción Nacional de desarrollar este proyecto de una radio. Es interesante porque desde la presencia de El Descamisado y el diario Noticias, se había desarrollado mucho la idea de que un proyecto de poder no podía carecer de un proyecto importante de comunicación de masas... No se podía imaginar un proyecto de poder sin un proyecto de comunicación⁴

Sea que la idea de transmitir desde fuera del país formara parte de charlas informales entre los militantes en el exilio o bien se tratara de un proyecto decidido por la Conducción Nacional de Montoneros, lo cierto es que las dificultades para llevar adelante un proyecto de esta envergadura demandaban una atención y una inversión económica que superaba ampliamente cualquier otra acción comunicacional que la organización hubiera desarrollado con anterioridad.

Radio Noticias del Continente

A mediados de 1978 una serie de factores se conjugaron para que Montoneros decidiera impulsar la instalación de una emisora de onda corta. La consolidación de una estructura de funcionamiento en el exterior permitía que se comenzaran a encarar desafíos más importantes. El trabajo internacional del Movimiento Peronista Montonero (MPM) le había permitido capitalizar la solidaridad a niveles concretos en muchos Estados y sobre ella se apoyaba una parte importante de los

²Consultado por email el 25/5/2018, el periodista se limitó a ratificar la referencia en su libro

³Carlos Suárez fue entrevistado en Buenos Aires el 16 de marzo de 2001

⁴ Jorge Omar Lewinger fue entrevistado en Buenos Aires el 7 de junio de 2017

esfuerzos por mantener activa la lucha en Argentina, a la vez que comenzar a planear el retorno a través de la Contraofensiva Estratégica. Este movimiento político militar que se efectivizó a partir de abril de 1979, tuvo un antecedente importante en lo atinente a la decisión de impulsar una radio. En 1978 Montoneros desarrolló una serie de acciones políticas, comunicacionales y militares con motivo de celebrarse en nuestro país el Mundial de fútbol. Se buscó restablecer el contacto con algunos dirigentes políticos, se brindó alguna conferencia de prensa clandestina y se efectuaron transmisiones de RL-TV⁵, pero sobre todo se puso un acento particular en las operaciones del Ejército Montonero (EM), buscando desarrollar acciones que por su espectacularidad no pudieran ser ocultadas por la prensa. Entre el 9 y el 25 de junio se realizaron 7 ataques con misiles RPG-7 y se colocaron artefactos explosivos en lugares puntuales de la ciudad. A pesar de este despliegue, el objetivo principal no se pudo cumplir. Como recordaría años después Roberto Perdía,

para la prensa argentina no pasó nada. Era increíble, habíamos hecho un quilombo madre y en los diarios no salía una sola línea. Por lo tanto, el objetivo militar que era demostrarle al pueblo que se podía resistir no se había cumplido. (Llonto, 2005:218)

En la perspectiva de la organización las acciones demostraron la capacidad militar intacta, pero dejaron al descubierto las dificultades para su difusión, una dimensión central en el derrotero de Montoneros, como se desprende de las palabras de Lewinger anteriormente citadas.

Entre los varios proyectos comunicacionales que se evaluaban, uno en particular cobró mayor relevancia en esta coyuntura. En Costa Rica, desde fines de 1976, se había conformado un núcleo de militantes que a partir de las denuncias sobre la dictadura, habían logrado un importante nivel de inserción en la sociedad tica. Este grupo formado alrededor de la figura de Raúl Cuestas, trabó estrecha relación con José Francisco Aguilar Bulgarelli, empresario de la radiodifusión costarricense que llevaba años tras la idea de montar una emisora que cubriera todo el continente y trabajara al servicio de los movimientos revolucionarios latinoamericanos. A partir de lo sucedido con las acciones realizadas durante el Mundial, Montoneros decidió

⁵ Radio Liberación TV era un sistema de interferencia de las transmisiones televisivas, por el cual se emitían mensajes de la organización en un acotado radio de cobertura.

sumarse al proyecto y financiarlo, con la condición de poder focalizar en Argentina una parte importante de las emisiones. Aguilar aceptó y los recursos humanos y económicos comenzaron a fluir hacia Costa Rica. Si bien la intención de la dirigencia montonera era que la emisora acompañara el lanzamiento de la Contraofensiva, que aún no tenía fecha, la idea que primaba seguía siendo la que en su origen había expresado Aguilar: una radio internacionalista al servicio de las organizaciones revolucionarias en todo el continente.

Mientras el arduo trabajo de poner al aire una radio de la envergadura planteada continuaba sin pausa, un hecho político de máxima trascendencia obligó a acelerar las tareas. A comienzos de 1979 Humberto y Daniel Ortega, enterados de los avances de este proyecto, le solicitaron a Fernando Vaca Narvaja que intercediera ante la Conducción Nacional para poder usar la emisora en la ofensiva final del Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN), planificada para los últimos días de mayo. Los sandinistas comprendían perfectamente el valor de una emisora de esas características, que iba a permitir llevar la voz de la revolución hasta los más remotos confines del planeta. Para Montoneros era la oportunidad de participar activamente en la primera revolución que se producía veinte años después del triunfo en Cuba, lo que venía a refrendar el estatuto internacional que había alcanzado la organización, a la vez que podía estimular el imaginario insurreccional que alentaba la Contraofensiva. Así lo expresaba el Boletín Interno N°12 de enero de 1980, a la hora de analizar este período

La imagen triunfante de la insurrección Nicaragüense, con nuestra presencia política, se transforma para nuestro pueblo en la imagen más clara del inicio de nuestra contraofensiva. (Bavio & Hernández, 2014:211)

En marzo de 1979 las autoridades costarricenses aprobaron la concesión de la frecuencia y el 1 de junio *Radio Noticias del Continente (RNC)* estuvo en condiciones de poner en el aire una programación provisoria.

La emisora asumió el rol de voz internacional del sandinismo, logrando algunas primicias que quedaron en la historia de los medios latinoamericanos, como por ejemplo la transmisión del discurso de Daniel Ortega desde la Plaza Central de Managua anunciando el triunfo de la revolución. Pero además del trabajo periodístico, la radio desempeñó otras funciones que se suelen asociar a cierto imaginario de la relación medios de comunicación/guerrilla. Así lo cuenta Fernando Vaca Narvaja

Ellos tenían una pequeña radio en el monte y tenían muchas dificultades logísticas para sostener la comunicación en las columnas, tanto urbanas como rurales, y la radio era un vozarrón. Se instala la estructura de prensa del Frente en la radio y ésta pasa a cumplir esa dualidad, por un lado para la ofensiva sandinista y por otro las comunicaciones nuestras hacia la Argentina (...) Los jefes de columna tenían un equipo Sony chiquito, una radio muy práctica, que tomaba muy bien la radio. Cada jefe de columna tenía un equipo en su mochila, a partir del cual recibían instrucciones (...) Imaginate que venía al estudio Humberto a determinados horarios, con todas las normas de seguridad y hablaba por la radio a los jefes de columna, con un código muy eficiente... yo te conozco a vos de hace 10 años y empiezo a hablar en referencia a que vos y yo nos conocemos y te voy dando las directivas de acuerdo a esas referencias o sea los códigos son individuales, imposibles de descifrar. Al principio me pareció muy artesanal y después me di cuenta que era muy práctico, muy difícil de descifrar y además no tenés nada escrito, no te cae nada. Para el Frente fue muy importante.⁶

En la precariedad en que se suceden las acciones en la selva, la emisora pensada como un faro informativo propio, destinado a llevar al mundo las posiciones políticas del colectivo revolucionario en lucha, también tuvo una importancia en términos logísticos que le agregó una dimensión instrumental.

En síntesis podemos afirmar que el protagonismo de la radio durante el avance final sandinista, le permitió a Montoneros observar las posibilidades que abría su uso en relación a sus propios objetivos.

La voz de Montoneros llega a Argentina

Desde que comenzaron las primeras transmisiones, la mira de la emisora nunca estuvo alejada de nuestro país. Eduardo Astiz Mones Ruiz (2005), integrante de uno de los grupos que tenía por objetivo realizar acciones de agitación como parte de la

⁶ Entrevista a Fernando VacaNarvaja realizada en Bs. As. el 25 de enero de 2017

Contraofensiva, cuenta como a fines de abril de 1979 se entera a través de la radio de la muerte de Carlos Píccoli⁷.

(...) cuando volvió al hotel sintonizó en onda corta Radio Noticias del Continente, la estación que tenía Montoneros en Costa Rica y se enteró que Carlos Píccoli había caído en combate en la provincia del Chaco. El enfrentamiento ocurrió en la región denominada Matanza y fue contra la VI Brigada de Infantería (Astiz Mones Ruiz, 2005, p.33)

Este testimonio confirma que desde un primer momento se emitían boletines con noticias referidas a nuestro país, aunque el foco principal estuviera puesto en la cobertura del proceso revolucionario nicaragüense. Esto cambió a partir del 7 de agosto, cuando la emisora puso oficialmente al aire su programación estable con un enfoque más puntual en Argentina. Al respecto hay un párrafo en el libro *Diario de un clandestino* (Bonasso, 2011), escrito según el autor entre enero y agosto de 1979

Las emisiones están llegando bien al país en términos técnicos, gracias a la pericia de Pepe 22, pero el contenido -como suele suceder cuando meten la uña los cuadros del aparato- está perdiendo su carácter aparentemente objetivo. Si se avanza en ese camino van a comenzar las presiones del gobierno argentino. (316)

Las presiones comenzaron en forma inmediata a través de una figura central en esta historia, el embajador en Costa Rica Arnoldo Listre, quien asumió la representación diplomática con el encargo específico de lograr su cierre. El embajador no ahorró tiempo ni esfuerzos en su cometido. Los cables desclasificados por la Cancillería Argentina⁸ son elocuentes sobre su trabajo, detallando sus reuniones con integrantes del gobierno costarricense que le eran afines, con todo el arco de la derecha política centroamericana, con representantes eclesiales y embajadores de países afectados directa o indirectamente por la acción de la radio, como EEUU, El Salvador, Uruguay y Honduras. En las comunicaciones intercambiadas con la

⁷Carlos Servando Píccoli integraba la Rama Agraria del MPM. El 21 de abril de 1979 cayó combatiendo contra una patrulla del ejército cerca de Quitilipi (Chaco)

⁸ La totalidad de las comunicaciones desclasificadas se puede consultar en <http://desclasificacion.cancilleria.gov.ar/>

Cancillería se describen con lujo de detalles sus acciones de lobby y se puede observar la provisión de información, surgida de operaciones de inteligencia, a periodistas que eran apoyados económicamente para atacar a *RNC*.

Sin embargo este caldeado clima que se iba conformando en Costa Rica no impactaba en Argentina. Es que más allá de que las condiciones técnicas y culturales abonaban las posibilidades de escucha, lo cierto es que la radio no lograba quebrar el círculo de militantes y diexistas que se encontraban con ella en sus recorridas por el dial. Romper ese aislamiento implicaba desarrollar algún tipo de propaganda que la diera a conocer, algo que obviamente Montoneros no podía realizar en el país. Ese conocimiento público se lo iba a dar la misma dictadura, como afirma Carlos Villalba⁹ en el radio documental de Javier Zaffora.

nosotros logramos que nos escucharan dentro de la República Argentina y que la gente se enterara de que existíamos, no tanto por escucharnos, sino porque la crítica y la persecución que tuvimos por parte de la dictadura hizo que la gente se enterase¹⁰

La prensa nacional se mantuvo silenciosa respecto a lo que sucedía en Costa Rica hasta el 22 de octubre de 1979, cuando a raíz del atentado contra Guillermo Walter Klein¹¹, el Comandante en jefe del Ejército, General Roberto Viola, hizo declaraciones a la prensa sobre el combate contra la "subversión". Explicó que según documentos secuestrados tenía conocimiento del plan de Contraofensiva que Montoneros estaba llevando a cabo, agregando que

Su máximo líder, Firmenich, apareció en Nicaragua haciendo explosivas declaraciones contra naciones hermanas. Este individuo está transmitiendo sus amenazas de muerte en Radio TIRL Radio Liberación - La Voz del Continente, desde Costa Rica, agrediendo sistemáticamente a nuestro país.

⁹ Carlos Villalba fue uno de los locutores de *RNC*, la voz argentina que caracterizó a la radio.

¹⁰ Este radio documental de Javier Zaffora se puede consultar en https://archive.org/details/radionoticiasdelcontinente2/RadioNoticiasdelContinente_1.mp3

¹¹El atentado contra la casa de Guillermo Walter Klein, el 27 de septiembre de 1979, fue la primera acción militar de la Contraofensiva

Por primera vez *Radio Noticias del Continente* aparecía referida en los medios nacionales y esto no iba a quedar sólo allí. El 1 de noviembre Revista *Gente*, uno de los medios de mayor circulación, la colocó en su tapa: "Una radio contra el país". A lo largo de cuatro páginas, ilustradas con una foto de la planta transmisora, el enviado especial se esfuerza en demostrar los objetivos "subversivos" de la emisora. Leemos en el copete

La emisora subversiva marxista que se identifica como TI-R.L.R 'Radio Liberación - La Voz del Continente (Costa Rica), también encomió el brutal atentado contra el doctor Guillermo Walter Klein como obra de "Tropas Especiales" de marxistas terroristas "Montoneros", pretendiendo que las heridas y muertes a niños y personas de trabajo significaron un "avance" para la "causa popular".

Más allá de los explícitos posicionamientos que expresa la nota, queda claro que el cerco informativo se había "resquebrajado" y si alguien quería, ahora tenía mayores posibilidades de encontrar versiones distintas sobre lo que sucedía en Argentina. Abierta una rendija en el muro de la censura, ¿qué informaciones podemos hoy confirmar que fueron emitidas en relación a Argentina, de tal manera que el gobierno reaccionara y ya no ocultara su existencia? El ya citado trabajo de Javier Zaffora permite escuchar algunos audios recepcionados en nuestro país.

- ...el gobierno argentino sufrió condena por el gran número de escritores y periodistas detenidos y desaparecidos en la Argentina. Otra moción de la delegación norteamericana solicitando la liberación de los periodistas Jacobo Timerman y Rodolfo Walsh.
- ...entretanto la inflación causa verdaderos quebrantos de grandes y medianas fábricas
- ... Juan Alemann, que hace pocos días se salvó milagrosamente de un atentado, declaró que la conducción económica tenía, entre sus objetivos prioritarios, provocar el debilitamiento de la estructura obrera.
- ...fueron secuestrados, formando parte de la tristemente célebre nómina de desaparecidos que la dictadura de Videla...

- Preocupación de la dictadura argentina por triunfo del sandinismo. La Junta Militar Argentina se reunió...

Este menú semántico difícil de aceptar para el régimen militar, se iba a expandir con la cobertura que realizó *RNC* de la visita al país de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH). En términos generales los detalles de esta histórica inspección son muy conocidos. Lo que no lo es tanto es que gracias a los oficios del Vicepresidente de la CIDH, el costarricense Luis Tinoco Castro, Radio Noticias acreditó una periodista para que acompañe a la delegación. La elegida fue Adriana Núñez¹², una joven periodista que hacía sus primeras armas en el oficio y aún recuerda el clima "sinistro" de Buenos Aires, la vigilancia permanente de un coche que la seguía donde fuera, la tensión y el miedo. De su trabajo para la radio recuerda haber grabado los testimonios de varias Madres de Plaza de Mayo y haber entrevistado a Raúl Alfonsín. Por una cuestión de seguridad establecida con anterioridad a su viaje, el material se envió desde Buenos Aires a una dirección en Bolivia, donde "alguien" tomó la responsabilidad de hacerlo llegar a la radio para su emisión. Los micrófonos se abrían así desde el corazón mismo de la represión.

En esta misma línea la periodista tucumana Marta Rondoletto¹³ recuerda la amplia cobertura que se hizo del *Testimonio de París*. La exposición de Sara Solarz de Osatinsky, Ana María Martí y Alicia Milia de Pirles ante la Asamblea Nacional de Francia el 12 de octubre de 1979, mostró al mundo de manera detallada la realidad del principal campo de concentración argentino, la ESMA. Por primera vez, de manera precisa y organizada, la información sobre secuestros, torturas, robo de bebés nacidos en cautiverio y los vuelos de la muerte, aparecía ante la opinión pública con la fuerza del relato en primera persona de los sobrevivientes. *Radio Noticias del Continente* fue uno de los canales que permitió que se conocieran los horrores subterráneos que la prensa nacional callaba.

Según afirma Carlos Villalba, la violación de los derechos humanos, la situación política y económica, y la cobertura de las operaciones de Montoneros, conformaron los tres ejes principales que organizaban la información sobre Argentina.

¹² Entrevistada en San José de Costa Rica, el 9 de febrero de 2018

¹³ Entrevistada el 7 de diciembre de 2020

En el segmento del Informativo sobre la Argentina se priorizaban las informaciones sobre movilizaciones y actividades políticas. Un comunicado de la CGT para nosotros era prioritario, ni qué decir de una movilización de Ubaldini en la calle. Eso era más importante que relatar una operación político militar en algún barrio, que también se reflejaba. Además, se ponía de relieve toda la información económica relativa a los niveles de endeudamiento del país, inflación, desocupación y salarios. Por supuesto que se destacaban todas las denuncias sobre violaciones a los derechos humanos que se hacían en el exterior. (Celesia & Waisberg, 2010:295)

En enero de 1981 Edgardo Binstock viajó a Francia a cubrir el *Coloquio de París*, uno de los antecedentes más destacados de la Convención Contra la Desaparición Forzada de Personas. En esa oportunidad entrevistó a Julio Cortázar, una de las tantas voces desaparecidas en los medios argentinos. A partir de este ejemplo podemos agregar que la consulta a referentes culturales censurados en sus países fue una práctica permanente al momento de buscar reflexiones sobre la situación política latinoamericana. Así escritores como Eduardo Galeano o Gabriel García Márquez, encontraron en los micrófonos de *RNC* un seguro canal de expresión. Algo similar sucedió en términos musicales. La difusión de artistas perseguidos fue una de las decisiones estético-políticas que guiaron la musicalización de los distintos segmentos de la programación. De Mercedes Sosa a Joan Manuel Serrat, de Atahualpa Yupanqui a Violeta Parra, pasando por Huerque Mapu y la Cantata Montonera, todos pudieron ser escuchados a través de Radio Noticias. Y si de artistas perseguidos se trataba, el caso más emblemático fue el del pianista tucumano Miguel Ángel Estrella. Secuestrado y torturado en Uruguay en el marco del Plan Cóndor, fue liberado gracias a la presión internacional y la primera vez que volvió a tocar en público, fue en los estudios de *RNC*.

Lo descripto hasta aquí puede calificarse como un conjunto de expresiones difíciles de sobrellevar para el régimen militar, aún cuando el alcance de la radio estuviera limitado a grupos reducidos de la población. Sin embargo estos temas y expresiones culturales no distinguían a la emisora de muchas otras que para ese momento también poblaban el dial de onda corta y ninguna fue objeto de declaraciones particulares por parte del gobierno argentino, que en todo caso agrupaba al conjunto de las expresiones públicas contrarias al régimen bajo la denominación genérica de "Campaña Antiargentina".

¿Qué era lo que molestaba tanto a la dictadura como para comenzar a denunciar en los medios nacionales el funcionamiento de RNC? Una pista nos la da el propio Ejército Argentino. En el año 2000 el Círculo Militar publica *In Memoriam*, obra que se presenta como un homenaje "a los militares muertos durante la lucha antsubversiva". En ésta aparece un pequeño comentario sobre "la emisora radial de Montoneros en Costa Rica", que nos acerca una posible respuesta.

su metodología consistía en difundir noticias de agencias internacionales con comentarios falaces que atacaban especialmente al gobierno, sus fuerzas armadas y de seguridad, siendo común la difusión de declaraciones y documentos de la organización subversiva terrorista (Círculo Militar, 2000:506)

La presencia permanente de Montoneros era un factor diferencial y en esta investigación se pudieron recuperar audios que permiten escuchar la voz de la organización. El 30 de diciembre de 1979 la radio emitió un programa especial de fin de año en el que Rodolfo Puiggrós, integrante del Consejo Superior del MPM, ante la consulta del locutor explica las características principales de Montoneros.

(...) el Movimiento Montonero se caracteriza por la presencia en sus cuadros directivos, en su composición en general, de la juventud, de jóvenes menores de treinta años en su inmensa mayoría, con una inmensa capacidad de sacrificio, de heroísmo y desinterés. El día que se escriba la historia de estos años, los Montoneros tendrán un lugar destacado, por ser los que han mantenido la resistencia en momentos sumamente difíciles, hasta convertir esa resistencia, que al principio parecía una resistencia de grupos, en la gran resistencia de las masas trabajadoras.¹⁴

No sólo Montoneros seguía existiendo, sino que además llevaba adelante una Contraofensiva en territorio nacional y tenía una radio que la difundía, la contextualizaba y la explicaba, un medio que le daba contenido a la acción armada, algo intolerable para una dictadura que se jactaba de haber aniquilado la subversión.

¹⁴ La versión en crudo de este programa especial se puede consultar en la biblioteca de la Universidad de Lanús.

En este marco de disputa en el campo simbólico, era inevitable que las distintas versiones sobre un mismo hecho empezaran a confrontarse de manera directa. El 12 de junio de 1980 cuatro militantes Montoneros, tres de ellos integrantes del Comando Táctico asentado en Perú y un cuarto trasladado desde Buenos Aires como parte de esta operación, fueron secuestrados en Lima por un grupo armado integrado por argentinos y peruanos. La noticia, ignorada por la prensa argentina en general, fue difundida por Radio Noticias y, en algún momento entre el 12 de junio y el 14 de julio, fue escuchada en Argentina por Graciela Galarraga, que la recuerda así:

En una de esas tardes que estábamos escuchando la radio, la locutora, en otro tono, dice que tenía una muy mala noticia para los argentinos. Que había ingresado un comando de inteligencia del Ejército argentino al territorio de Perú, y que habían secuestrado a algunos compañeros. Los primeros nombres que en aquel momento daba la radio, era el de nuestra querida Mima, Noemí Gianetti de Molfino... María Inés Raverta, a quién no conocía. Daban el nombre de otro compañero que después supe no lo habían secuestrado (se refiere a Aldo Morán), y más tarde, antes de terminar el programa, dan el nombre de Julio César Ramírez y cuenta un poco la situación de Federico Frías¹⁵.

El recuerdo de Galarraga tiene un detalle que permite situar la transmisión en esos días. La referencia a Aldo Morán, diciendo que "luego se enteró" que no había sido secuestrado. La prensa peruana, al día siguiente del hecho, hablaba del secuestro de cinco argentinos. Morán, que tenía una cita con Raverta para luego volver al país, logró escapar por poco. Pasaron algunos días hasta que se comunicó con la organización, lo que pudo hacer recién cuando llegó a Nicaragua. El 14 de julio Montoneros emitió un comunicado reiterando sus denuncias por los secuestros, aclarando que Morán estaba vivo, y fue leído en la radio por el corresponsal en México Luis García Aguirre.

¹⁵ Graciela Galarraga brindó su testimonio durante el juicio a los responsables de los secuestros, tortura y desaparición de muchos de los militantes que formaron parte de la Contraofensiva. Los testimonios vertidos en el juicio pueden consultarse en <https://juiciocontraofensiva.blogspot.com/>

El 21 de julio Noemí Gianetti de Molfino apareció muerta en Madrid. El 8 de agosto el Ejército Argentino en un comunicado oficial señaló este caso y el de Morán, como ejemplos de las falsas denuncias que forman parte de una campaña desarrollada por Montoneros en el exterior, acusando a Radio Noticias de ser parte de esa "cruzada".

...parte de la campaña fue motivada por el denunciado secuestro de ciudadanos argentinos en Perú en junio y que fueron expulsados de ese país. Una de las presuntas secuestradas, Noemí Esther Gianetti de Molfino, apareció muerta en un apartamento en Madrid, aparentemente por causas naturales (...) con respecto a Aldo Morán, también dado por la 'banda de delincuentes montoneros' como secuestrado y desaparecido en Perú, la Radionoticias del Continente operada por esa organización desde Costa Rica, dio cuenta el 16 de julio en un comunicado de su reaparición en México. Con lo expresado queda demostrada la improcedencia de las denuncias efectuadas para desprestigiar a la República Argentina¹⁶.

Por primera vez en un comunicado del Ejército, aparece una vinculación explícita de la emisora con Montoneros. ¿Qué había cambiado para que ahora se atribuyera la propiedad directamente a la organización?

Sólo unos días antes, el 3 de agosto, dos militantes Montoneros mueren en Puerto Iguazú cuando trataban de ingresar al país. El comunicado oficial que informa lo sucedido, dice textualmente: "Cabe asimismo señalar que los causantes traían instrucciones para recibir mensajes en clave a través de Radio Noticias del Continente (TIRL)". Más allá de la verosimilitud de la información, la idea de que se emitieran mensajes cifrados introduce una dimensión de la acción instrumental que vincula a la emisora con acciones concretas de la organización. Plantear la existencia de mensajes en clave, desplaza al medio de comunicación del plano de lo simbólico y la batalla por la constitución de subjetividades, para reubicarlo en la materialidad de la lucha en el territorio.

¹⁶ Este extracto del comunicado fue tomado de los diarios La Nación y La República de Costa Rica, en sus ediciones del día 9 de agosto de 1980. El diario Clarín publicó extractos en su edición del 2 de agosto, pero llamativamente en los fragmentos seleccionados no menciona a Radio Noticias y hace referencia vagamente a versiones en "medios internacionales".

¿Con qué grado de certeza se puede afirmar que Montoneros utilizó la radio para transmitir mensajes cifrados a sus militantes que operaban en Argentina? A partir del antecedente señalado en relación al sandinismo y pensando en las funciones que la radio podía cumplir en virtud de las necesidades de Montoneros, es por lo menos una especulación lógica que una organización que opera de forma clandestina, busque maneras de ocultar la circulación de información propia. Hasta la fecha sólo un participante de la Contraofensiva se refirió públicamente al tema. Jorge Falcone (2003) afirma sobre este punto lo siguiente:

La segunda fase de la contraofensiva supuso instalar a lo largo y ancho del país unidades de producción autónomas de no más de tres o cuatro compañeros (...) Cada grupo recibiría consignas de un mando central, cifradas en la emisión de onda corta de la radio que la fuerza poseía en Costa Rica (Radio noticias del Continente) para apoyar a los procesos de emancipación de América Central. (p.15)

Todos los entrevistados para esta investigación fueron consultados al respecto y la mayoría dijeron desconocerlo. Raúl Cuestas¹⁷ negó de manera tajante que la radio se hubiera usado con un fin diferente al estrictamente radiofónico. Edgardo Binstock recuerda haber participado en reuniones donde se trató el tema en términos generales, pero no que se haya nombrado la radio. "El problema de cómo enviar a Argentina mensajes de manera segura, era una preocupación permanente y por supuesto formaba parte de esas reuniones la problemática del cifrado de los mismos"¹⁸.

Más allá de la especificidad que implica hablar de códigos y claves, plantear la existencia de "mensajes" dirigidos a un territorio con el objeto de coordinar acciones en el mismo, implica plantear algún tipo de articulación entre mensajes y acciones que trasciende la función radial tradicional. En esta línea de reflexión se puede ubicar un artículo publicado por el diario La Prensa el 17 de octubre de 1980. Bajo el título "¿Qué tiene que ver una radioemisora instalada en Costa Rica con los problemas del agro argentino?", Manfred Schönfeld realiza una breve descripción de la mala situación que se encuentra atravesando el sector agropecuario y cómo este hecho objetivo, consecuencia de una política económica que afecta a los

¹⁷ Raúl Cuestas fue entrevistado en dos oportunidades, el 8/12/2016 y el 25/7/2018

¹⁸ Entrevista a Edgardo Binstock, 24 de octubre de 2020

productores ligados a la exportación, busca ser aprovechado por grupos locales y extranjeros "sindicados como subversivos". A partir de este diagnóstico, vincula a la emisora con un estado de agitación política que pone el foco sobre "un número relativamente pequeño de entidades, básicamente la Federación Agraria Argentina". El tramo más relevante a los fines de esta investigación dice:

Propaganda de una radio "montonera"

Radio TIRLR, de Costa Rica, es una emisora que demuestra una preocupación un tanto llamativa por lo que pasa en la lejana Argentina. En su audición "La voz del campo" se dedica, entre otros tópicos, no sólo a criticar la política económica de nuestro actual gobierno, sino que desarrolla lo que podría calificarse de todo un "plan de lucha" para el agro argentino: coordinación de las actividades gremiales y cooperativas; movilización masiva de los productores pequeños y medianos; extensión del radio de acción de un así llamado "frente o movimiento de salvación nacional" a otros sectores sociales: obreros de la industria, empresarios industriales, comerciantes, las diversas comunidades religiosas.

Resulta verdaderamente conmovedor comprobar de qué manera se preocupa esa emisora costarricense por el agro argentino...

Durante el pasado mes de mayo la acción difusora de Radio TIRLR, de Costa Rica, fue particularmente intensa. Por esa época se anunció la creación del mencionado "movimiento de salvación" y se llamó a la "movilización general".

El señor Humberto Volando, por lo demás, tampoco tuvo nada mejor que hacer que dejarse entrevistar por dicha emisora -dicha "onda amiga", como se expresó, a través de cuyos micrófonos envió, de paso, sus saludos al campesinado costarricense-, mientras que, por el otro lado, se redoblaba en diversas áreas del país -entre los cañeros tucumanos, los viñateros cuyanos, los fruticultores del Alto Valle, los tamberos santafecinos- una intensa campaña de distribución de volantes, instando a escuchar la radioemisora en cuestión. Esta, de más está decirlo, es un bastión de "montoneros" argentinos exiliados. (Schönfeld, 1980:9)

Este párrafo expresa afirmaciones que permiten inferir una relación directa entre mensajes emitidos e intervención en el territorio. Ya no se trata sólo de la difusión de la línea política de Montoneros, sus actividades y vínculos internacionales, la crítica al plan económico de la dictadura o la denuncia sobre las violaciones a los derechos humanos, todas expresiones de corte difusionista. Schönfeld denuncia el desarrollo de un plan de lucha para el agro, con coordinación de actividades gremiales, movilización de productores y extensión del mismo a otros sectores de la sociedad, con el objeto de constituir un frente de "salvación nacional". Destaca a su vez que ya en el mes de mayo la radio había estado particularmente "intensa", en coincidencia con el lanzamiento de dicho frente y el llamado a la movilización general.

Lo que plantea en definitiva la nota es que existe una relación directa e inocultable entre el accionar de la radio y la estrategia política de Montoneros, destacando la importancia de la misma, al punto de implementarse "una intensa campaña de distribución de volantes" instando a escucharla en algunos de los principales polos agropecuarios del país.

A lo largo de este apartado se mostraron algunos ejemplos que permiten inferir una relación entre los objetivos políticos y militares de Montoneros y lo efectivamente emitido por la radio. En el siguiente veremos como estos ejemplos se pueden vincular con funciones atribuidas desde la organización al medio de comunicación, de tal manera de comenzar a plantear la existencia de una dimensión instrumental como uno de los aspectos que articula la relación entre medios de comunicación y guerrilla.

La función contrainformacional de Radio Noticias del Continente¹⁹

¹⁹ A los fines de evitar confusiones es importante recordar que para la Teoría Funcionalista de las comunicaciones de masas, la "función" se entiende como una consecuencia objetiva de la acción, diferenciándose del "propósito" que se vincula con la intencionalidad del que actúa (Wolf, 1987). En este caso la función es una definición subjetiva que da cuenta de los propósitos que la organización atribuye a la acción comunicacional.

A pesar de la importancia que Montoneros siempre dio a la acción comunicacional a lo largo de su historia, no existe ningún documento o trabajo de investigación que sintetice las líneas generales de una estrategia comunicacional desarrollada en algún período de los más de diez años de existencia de la organización. Sin embargo un intento de describir la misma lo encontramos en una exposición que en 1977 hizo el General de División Carlos Alberto Martínez, quien a partir de 1978 se desempeñó al frente de la Secretaría de Inteligencia del Estado (SIDE).

La acción sicológica (AS) ha desempeñado un importante papel en el accionar subversivo y ha recurrido a diversos medios que van desde publicaciones clandestinas, inscripciones murales, panfletos, pegadas de obleas, emisiones radiales clandestinas, propaganda y/o intimidaciones por vía postal o telefónica, visitas domiciliarias, etc., hasta el empleo de propaganda armada y uso de explosivos de alto poder sobre lugares de concentración de personas con fines no sólo de destrucción, sino propagandísticos.

En general, la AS está dirigida a: Captar; disminuir el espíritu de lucha y fracturar la cohesión de las Fuerzas Legales; enfrentar a distintas instituciones con el gobierno, especialmente la iglesia; mantener en estado de agitación al campo laboral buscando hacer fracasar el plan económico; desprestigiar al gobierno y las FFAA; lograr una resistencia de la población al gobierno. (Vinelli, 2002:34)

La perspectiva de AS que expone Martínez, establece relaciones directas entre acciones en el plano de lo simbólico y objetivos de la organización político revolucionaria. Siguiendo esta línea de razonamiento podemos preguntarnos qué funciones atribuyó Montoneros a *Radio Noticias del Continente*, en el marco definido por los objetivos políticos y militares que impulsaron la Contraofensiva Estratégica.

Existe un sólo documento donde la radio aparece relacionada con un propósito. En marzo de 1980, en el Boletín Interno N°13, Montoneros publicó un texto crítico sobre el desarrollo de la Contraofensiva elaborado por un grupo de tenientes, el que comúnmente se conoce como "Documento de Madrid". En uno de sus apartados expresa:

El tercer elemento positivo es que realmente, a través de las interferencias de RLTV (con el complemento externo de Radio

Noticias del Continente), se hizo un vigoroso esfuerzo para masificar nuestra propaganda y aportar elementos de contrainformación, en un grado y en un tiempo que hubieran sido imposibles de alcanzar con los elementos tradicionales (...) La acción conjunta de las TEA dentro del país con la de Radio Noticias del Continente fuera, ha sido complementaria. Las intercepciones de RLTV efectuaron la tarea de propaganda y Radio Noticias la de contrainformación (Partido Montonero, 1980:30)

Lo que sintéticamente aparece en este párrafo es que la radio formó parte activa del entramado comunicacional de la Contraofensiva, reconociéndole a su vez una función en la misma: tareas de contrainformación.

Como ya se analizara en un artículo anterior (Rodríguez Esperón, 2018), se trate de la intervención crítica sobre el mensaje oficial o de la difusión de información censurada o ignorada por quienes detentan el poder político o militar al que se enfrenta, la contrainformación opera en el nivel informativo de la guerra psicológica, apelando principalmente a los modelos periodísticos que hacen gala de su pretensión de verdad (la crónica periodística, el ensayo, el noticiero, etc). Desde la perspectiva del ejercicio contrainformativo, el enfrentamiento se organiza a partir de tres acciones:

- 1) Contraponer interpretaciones diferentes sobre los mismos hechos que versa la información oficial.
- 2) Proponer una agenda de temas que guarden relación con los objetivos políticos de la organización que impulsa la acción comunicacional.
- 3) Deconstruir la información oficial con el objetivo de hacer evidentes sus condicionantes profundos (Rodríguez Esperón, 2016)

Partiendo de estos tres ejes y teniendo en cuenta que *RVC* se pensó, diseñó y desarrolló como una emisora fundamentalmente informativa, en la que las noticias de actualidad fueron el eje alrededor del cual se organizó toda la programación, en este artículo vimos algunos ejemplos que nos permiten afirmar su carácter contrainformacional.

La acreditación de una periodista propia para cubrir la visita de la CIDH, permitiendo acceder a una versión de la misma que no figuraba en las sesgadas crónicas de los medios nacionales, es uno de los ejemplos más conocidos de su accionar contrainformativo. De la misma manera el caso de los secuestros de militantes en Perú, así como la difusión de los comunicados de la organización

sobre sus acciones militares, son otros ejemplos puntuales sobre la práctica de "Contraoponer interpretaciones diferentes sobre los mismos hechos que versa la información oficial".

Más allá del momento específico en que dos versiones periodísticas confluyen sobre un mismo hecho, la posibilidad de desarrollar una agenda propia de temas es la expresión más rica del ejercicio contrainformativo, ya que reubica el trabajo de la emisora en relación a objetivos que son particulares de la organización. En el caso de *RNC* esto se puede observar en los recursos que la emisora destinó al tratamiento informativo de acontecimientos, hechos o situaciones de la esfera política internacional. Un ejemplo lo podemos ubicar en la prioridad que la emisora dio a la cobertura de la ofensiva final sandinista, priorizando la perspectiva del sector insurreccionalista, algo que se va a repetir cuando el foco del conflicto de traslade a El Salvador. Si bien es cierto que en el trabajo informativo todas las expresiones del cambio revolucionario fueron bienvenidas, los protagonistas de esta historia coinciden en que los insurreccionalistas tuvieron siempre mayor presencia dadas las coincidencias en la acción política, lo que permite pensar en que existió la intencionalidad de conformar una agenda noticiosa propia a partir de la dirección de la organización.

Aunque en la selección de la información internacional es donde mejor puede observarse esta idea de agenda propia, no hay que olvidar que el objetivo principal estaba enfocado en Argentina. A lo largo de este artículo vimos ejemplos de cómo la denuncia permanente de las violaciones a los derechos humanos y la confrontación con la política económica implementada por el equipo dirigido por Martínez de Hoz, se constituyeron en los ejes vertebradores de la política informativa proyectada sobre nuestro país. Este tipo de denuncias periodísticas buscaban develar una realidad no sólo en relación a la información que cotidianamente recibíamos los argentinos por parte de los medios nacionales, sino que también tenían por objeto impactar en el escenario internacional, contrastando con aquellas versiones que presentaban una imagen edulcorada de la dictadura. Por último, la acción enfocada en la deconstrucción de la información oficial se puede observar en las críticas a la política económica del régimen militar. Los datos difundidos oficialmente sobre inflación, desocupación, composición del PBI, importaciones, exportaciones, se utilizaban para mostrar como la preminencia del sistema financiero era el ariete de un proceso de desindustrialización y primarización de la economía, que llevaba indefectiblemente al endeudamiento

externo condicionando cualquier posibilidad de desarrollar un proyecto productivo autónomo para nuestro país.

Otras funciones de Radio Noticias del Continente en la estrategia comunicacional de Montoneros

Partiendo de la clasificación que Bassets y Bastardes (1979) proponen para el análisis de la prensa clandestina durante el franquismo, en primera instancia vemos que la función organizativa, con alguna salvaguarda, podría aplicarse a *Radio Noticias del Continente*, atendiendo las particularidades del contexto político y el diferente soporte tecnológico. En palabras del propio Mario Eduardo Firmenich.

La prensa no era una herramienta de organización en el sentido en que la han concebido desde Lenin los partidos marxistas: organizarse por la prensa. Nosotros utilizamos la prensa -sobre todo en períodos de represión más dura, es decir el proceso- como mecanismo de conducción política sin interrelación personal: había que minimizar las interrelaciones personales porque te mataban. Las comunicaciones tenían que ser lo más etérea posibles en todos los sentidos y la prensa ahí jugaba un rol. El ejemplo máximo de eso es precisamente Radio Noticias del Continente en Costa Rica. Más etérea que por el éter imposible²⁰.

Más allá de no poder subsumir exactamente a *RNC* en el concepto de prensa leninista, para Montoneros cumplía una función dentro de la estructura interna de la organización y es uno de los factores a atender a la hora de evaluar las motivaciones que llevaron a su desarrollo. En situaciones de represión extrema la diáspora es un factor que amenaza la integridad de cualquier organización. La dispersión que se genera en el acto de exiliarse para salvaguardar la vida, rompe transitoriamente los vínculos entre los militantes y la organización. En ese contexto extremo que fueron los años '70, una radio de onda corta se presentaba como un instrumento lógico y posible para tratar de fortalecer la cohesión, un mecanismo que permitiera reagrupar al colectivo político tras la dirección señalada por la conducción dirigente. Montoneros tuvo los profesionales, el dinero y la capacidad

²⁰ Entrevista a Mario Firmenich por Roberto Baschetti. s/f, en archivo personal del autor

para articular las voluntades necesarias que permitieran hacerlo. En este sentido *Radio Noticias del Continente* "realizaba un papel de cohesión y homogeneización del pensamiento social y político" al interior de la organización (Bassets & Bastardes, 1979:158)

Tanto la función contrainformativa como la organizativa aquí planteadas, responden a necesidades u objetivos particulares de Montoneros. Ahora bien, la extensión de los potenciales públicos a diferentes lugares del planeta una vez puesta en funcionamiento la radio, permite plantear el cumplimiento de otras funciones, por ejemplo la de solidaridad (Bassets & Bastardes, 1979:159). El eje troncal que significó la denuncia permanente de las violaciones a los derechos humanos, se extendió a toda Latinoamérica y la radio se convirtió en una referencia a la hora de evidenciar los atropellos dictatoriales en el continente. A partir de esto la radio también cumplió una función expresiva, focalizada en los testimonios particulares, los relatos de las víctimas en primera persona, y una función amplificadora, como en el caso de la ofensiva final sandinista transmitida a todo el mundo.

El objetivo de desarrollar una función cultural estaba decidido desde el inicio mismo del proyecto, que planteaba una estructura específica para la producción de programas culturales que difundieran la música y la literatura de los pueblos latinoamericanos. Si bien es cierto que muchos de los testimonios recabados refieren una presencia mayor del tango y el folklore argentino, en términos musicales toda Latinoamérica tuvo su lugar en la programación. Lo mismo sucedió con la literatura, donde el acento se puso en el rescate de las expresiones populares, planteando una continuidad político-cultural que más allá de los matices hermanaba a las naciones del continente en busca de la liberación. Artistas de todos los países, comprometidos con una perspectiva transformadora de sus sociedades, encontraron abiertos los micrófonos de *RNC* para expresar su arte.

Finalmente, aunque no menor, la radio desempeñó una función de supervivencia individual (Bassets & Bastardes, 1979:161), que trascendió los límites de la organización. Los testimonios de escucha que se recabaron esta investigación, abundan en descripciones emotivas sobre el rol de la emisora, la importancia que tuvo en sostener la voluntad cotidiana que demanda la militancia, mucho más en situaciones adversas. El testimonio de Santiago Possamay, preso político uruguayo entre 1972 y 1985, puede servir de síntesis de todos ellos y oficiar de cierre de este apartado. Cuenta en el libro *Trincheras de papel* (Alzugarat, 2007) que como parte de las acciones de resistencia cultural que realizaban los presos, habían logrado

esconder un pequeño receptor de radio que les permitía captar emisiones internacionales.

Lo más increíble era que no escuchábamos radios nacionales ya que oíamos mal, en cambio captábamos a Radionoticias del Continente, de Costa Rica. Solo pasaban información de toda América Latina... Es emocionante pensar retrospectivamente y situar el valor que tuvo esa emisora para nosotros. Le estaré eternamente agradecido a esos periodistas —hasta hoy desconocidos— de quien recibíamos una andanada de noticias del continente y de nuestro país. Quizá nunca sepan el valor que tuvo su trabajo para elevar nuestra estima y soportar momentos difíciles. (Alzugarat, 2007:33)

Conclusiones

Uno de los objetivos tras la idea de plantear un modelo de funciones para el estudio de las acciones comunicacionales implementadas por organizaciones revolucionarias, es destacar el rol estratégico que las mismas tienen en todo proceso de transformación social. El caso de *Radio Noticias del Continente* se entronca con el planteo de Cortina Orero (2017) sobre la comunicación insurgente. El investigador español sostiene que en el análisis de estas experiencias, no se puede obviar el hecho de que las mismas se articulan con un conjunto de acciones políticas y militares en el marco de una estrategia común hacia el logro de un mismo objetivo. Los medios de comunicación pertenecientes a organizaciones o movimientos insurgentes, no pueden ser analizados en los mismos términos que cualquier empresa mediática. Son recursos que la organización compromete en una acción, en contextos que siempre son de clandestinidad y precariedad económica. Asumir el compromiso de impulsar un medio impacta necesariamente en el conjunto de la organización y se valora o no su pertinencia en relación al objetivo buscado. En este sentido, más allá de los logros del trabajo periodístico que no se ponen en cuestión y sin pretender establecer relaciones deterministas entre organización política y medio de comunicación, *RNC* fue la radio de onda corta de Montoneros y como tal se integró a la acción política en la perspectiva estratégica de la organización.

El análisis funcional aquí sintéticamente empleado, se propone como un posible abordaje para el estudio de estas particulares experiencias comunicacionales, en la

medida que busca dar cuenta de la existencia de una dimensión instrumental, en línea con los objetivos políticos de la organización que las impulsa. La circulación del discurso revolucionario es inherente a la voluntad de crecimiento de la organización política desde una perspectiva muy básica: las ideas necesitan ser difundidas entre aquellos que se busca que apoyen la acción instituyente. No hay revolución sin prensa revolucionaria, ya lo sabía Bolívar que llevaba una imprenta como parte del equipamiento de campaña, su "artillería del pensamiento".

Bibliografía

- ALZUGARAT, A. (2007). *Trincheras de papel. Dictadura y literatura carcelaria en Uruguay*. Montevideo: Trilce.
- ASTIZ MONES RUIZ, E. (2005). *Lo que mata de las balas es la velocidad. Una historia de la contraofensiva montonera del 79*. La Plata: De la Campana.
- BASSETS, L., & BASTARDES, E. (1979). "La prensa clandestina en Catalunya: una reflexión metodológica". In J. Vidal Beneyto (Ed.), *Alternativas populares a las comunicaciones de masa* (p. 570). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- BAVIO, G., & HERNÁNDEZ, M. (2014). *El peronismo que no fue. La (otra) otra historia*. Buenos Aires: Metrópolis.
- BONASSO, M. (2011). *Diario de un clandestino* (2° ed.). Buenos Aires: Planeta.
- CELESIA, F., & WAISBERG, P. (2010). *Firmenich. La historia jamás contada del jefe montonero*. Buenos Aires: Aguilar.
- CÍRCULO MILITAR. (2000). *In Memoriam vol III*. Buenos Aires: Círculo Militar.
- CORTINA ORERO, E. (2017). *La guerra por otros medios. Comunicación insurgente y proceso revolucionario en El Salvador (1970-1992)*. San Salvador: UCA Editores.
- FALCONE, J. (2003). "Montoneros, hijos del 55". Retrieved December 15, 2016, from www.elortiba.org/pdf/Jorge_Falcone_Montoneros.pdf
- LLONTO, P. (2005). *La vergüenza de todos. El dedo en la llaga del Mundial 78*. Buenos Aires: Asoc. Madres de Plaza de Mayo.
- PARTIDO MONTONERO (1980). Boletín Interno N° 13. Retrieved August 20, 2018,

from <https://eltopoblindado.com/opm-peronistas/montoneros/montoneros-exilio/boletin-interno-no-13-del-pm/>

- RODRÍGUEZ ESPERÓN, C. (2016). "Montoneros en Costa Rica. Radio Noticias del Continente, contrainformación y lucha armada". *Avatares de la comunicación y la cultura* 12. Retrieved from <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/4863/3996>
- RODRÍGUEZ ESPERÓN, C. (2018). "Comunicación y lucha armada. Tres propuestas de articulación a partir de la experiencia de Radio Noticias del Continente". *Izquierdas*, 41, 44-58. Retrieved from <http://www.izquierdas.cl/images/pdf/2018/n41/art2.pdf>
- SCHÖNFELD, M. (1980). "¿Qué tiene que ver una radioemisora instalada en Costa Rica con los problemas del agro argentino?". *La Prensa*, p. 9.
- VINELLI, N. (2002). *ANCLA. Una experiencia de comunicación clandestina orientada por Rodolfo Walsh* (1a ed.). Buenos Aires: La Rosa Blindada.
- WOLF, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

Una experiencia pionera de comunicación comunitaria y educación popular en el noreste argentino

A pioneering experience of communication and popular education in the northeast of Argentina

María Cecilia Telleria

Licenciada en Antropología (Universidad Nacional de Rosario), maestranda en Estudios Culturales (Centro de Estudios Interdisciplinarios, UNR), docente (UNR). Becaria doctoral Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Investigaciones Socio Históricas Regionales, Universidad Nacional de Rosario (CONICET-ISHIR-UNR), e-mail: telleriacecilia@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-1971-5968>

Fecha de Recepción: 21/06/2023 - Fecha de aprobación: 19/09/2023

Cómo citar: Telleria, M. C. (2023). Una experiencia pionera de comunicación comunitaria y educación popular en el noreste argentino. *Revista Argentina de Comunicación* 11(14), 149-180.



Resumen

En este artículo se presentan las prácticas de comunicación comunitaria y educación popular que el Instituto de Cultura Popular (en adelante INCUPO) ha desarrollado desde su surgimiento en 1969. INCUPO es una asociación civil que surge en el Gran Chaco argentino, con sede principal en la ciudad de Reconquista (noreste de la provincia de Santa Fe, Argentina). Dicha región se caracteriza por una heterogeneidad sociocultural en la que preexisten comunidades aborígenes, campesinos y pobladores de barrios periféricos con una economía de subsistencia. Metodológicamente, en consonancia con el enfoque que proponen los Estudios Culturales, retomamos la perspectiva sociocultural que articulamos con el enfoque socioantropológico desde donde nos posicionamos. Realizando principalmente entrevistas en profundidad, el objetivo principal de este artículo es analizar las prácticas, estrategias y sentidos construidos por los y las integrantes de INCUPO en la creación y operación de los centros radiofónicos de alfabetización que se desarrollaron en la región desde 1970 a 1982. Los resultados remiten a los sentidos construidos por los y las integrantes de INCUPO, alfabetizando a los sectores populares campesinos e indígenas a través de la radio. INCUPO desempeñó un papel fundamental en la alfabetización y empoderamiento de los sectores populares en el Gran Chaco argentino a través de la radio, en un contexto de influencias latinoamericanas que contribuyeron a su consolidación como referente en comunicación comunitaria y educación popular.

Palabras claves: comunicación comunitaria; educación popular; noreste argentino; radio.

Abstract

This article presents the community communication and popular education practices that the Institute of Popular Culture (hereinafter INCUPO) has developed since its emergence in 1969. INCUPO is a civil association that emerged in the Argentine Gran Chaco, with its main headquarters in the city of Reconquista (northeast of the province of Santa Fe, Argentina). This region is characterized by a sociocultural heterogeneity in which there are pre-existing aboriginal communities, peasants and residents of peripheral neighborhoods with a subsistence economy. Methodologically, in line with the approach proposed by Cultural Studies, we return to the sociocultural perspective that we articulate with the socioanthropological approach from which we position ourselves. Mainly conducting in-depth interviews, the main objective of this article is to analyze the practices, strategies and meanings constructed by the members of INCUPO in the creation and operation of the radio literacy centers that were developed in the region from 1970 to 1982. The results refer to the meanings constructed by the members of INCUPO, educating the popular peasant and indigenous sectors through the radio. INCUPO supported a fundamental role in the literacy and empowerment of the popular sectors in the Argentine Gran Chaco through radio, in a context of Latin American influences that contributed to its consolidation as a reference in community communication and popular education.

Keywords: community communication; popular education; argentinian northeast; radio.

Introducción

El Instituto de Cultura Popular, en adelante INCUPO, es una asociación civil fundada en 1969 en el Gran Chaco argentino, con su sede principal ubicada en la ciudad de Reconquista, provincia de Santa Fe, Argentina. Surge influenciado por experiencias latinoamericanas de comunicación comunitaria y educación popular en una región culturalmente diversa que incluye comunidades aborígenes, campesinas y habitantes de barrios periféricos con economías precarias y falta de reconocimiento de sus derechos por parte del Estado (de Dios, R. y C. Vigil, 1985).

Este artículo se enfoca en las prácticas de comunicación comunitaria y educación popular de INCUPO, específicamente en los centros radiofónicos de alfabetización en el Gran Chaco argentino, activos desde 1970 hasta 1982. En consonancia con el enfoque que proponen los Estudios Culturales, retomamos la perspectiva sociocultural que articulamos con el enfoque socioantropológico desde donde nos posicionamos. Desde este lugar, el objetivo principal de este escrito es analizar las prácticas, estrategias y sentidos construidos por INCUPO y sus integrantes en la creación y operación de los centros radiofónicos en la región del Gran Chaco argentino. En este sentido, también nos proponemos identificar y explorar los procesos latinoamericanos que influyeron en la formación de INCUPO como una organización dedicada a la educación popular y la promoción del derecho a la comunicación en las comunidades indígenas y campesinas del Gran Chaco argentino.

El artículo demuestra que INCUPO desempeñó un papel fundamental en la alfabetización y empoderamiento de los sectores populares en el Gran Chaco argentino a través de la radio, en un contexto de influencias latinoamericanas que contribuyeron a su consolidación como referente en comunicación comunitaria y educación popular.

Estado de la cuestión

Diversas investigaciones han reconocido a INCUPO como la institución pionera en comunicación comunitaria en Argentina. Sin embargo, es importante señalar que

la mayoría de estos estudios se centran en situar a INCUPO en el contexto histórico y no profundizan en un análisis detallado de su experiencia. En su mayoría, estos trabajos abordan el período posterior a la dictadura, especialmente a partir de 2008, y examinan la relación de los medios comunitarios con el Estado, las políticas de comunicación y los procesos de democratización de las comunicaciones. Algunos ejemplos de estos estudios incluyen las investigaciones de Larisa Kejval (2009), Claudia Villamayor (2015) y María Soledad Segura (2011).

Destacamos el estudio realizado por Patricia Fasano (2011) en su tesis doctoral, en la que realiza un análisis etnográfico de una emisora comunitaria de la ciudad de Paraná (Entre Ríos). En sus capítulos analiza a INCUPO considerando su importancia en las prácticas sobre comunicación comunitaria de la región. Asimismo la autora retoma el rol de la iglesia como agente fundamental en las comunidades, del sentido de la comunidad en las culturas locales, considerando las acciones del Concilio Vaticano II al instalar la preocupación por la pobreza y la desigualdad social en el mundo a fines de los 60/70. Por otro lado, algunas investigaciones se enfocan en el análisis del Periódico Acción, una práctica comunicacional de INCUPO que se desarrolló desde 1972 hasta 2020, como lo documenta Gustavo Gramajo (1995). Este autor argumenta que el Periódico Acción de INCUPO es “uno de los primeros intentos para nuestro país de comunicación alternativa para los sectores rurales socialmente desfavorecidos del norte argentino” (1995: 6-7). Por su parte, Nadalich (2014), realiza un análisis comunicacional del Periódico Acción de INCUPO, focalizando en la presencia de temáticas aborígenes y al modo en que dichas piezas comunicacionales son producidas a través del Área Aborigen de la organización, investigando su actualidad histórica, política y social de la institución. El Periódico es considerado como un medio de comunicación al servicio de los sectores populares y una herramienta de cambio. Gardella (2021) considera a INCUPO y su práctica de los centros radiofónicos de alfabetización, “Juntos Podemos”, para hacer un paralelismo con una política del gobierno nacional argentino, “Seguimos Educando”, que en contexto de pandemia ordenó que las radios emitieran programación educativa. Además, existen trabajos que examinan los primeros años de INCUPO, como el estudio realizado por Rubén de Dios y Carlos Vigil en 1985.

Consideramos también investigaciones que puntualizan en experiencias de prácticas comunicacionales comunitarias relacionadas a la experiencia de INCUPO. María Cristina Cabral (2013) remite a la historia y proyección de ALER, Asociación

Latinoamericana de Educación Radiofónica, impulsora de importantes debates que han nutrido el campo de la comunicación y la educación popular en toda la región. En 2009 inició un proceso de innovación institucional inspirado en los debates posdesarrollistas y la construcción del Buen Vivir, incorporados en las constituciones de Bolivia y Ecuador. El proceso se denominó ALER 2020 y fue “tocando y aprendiendo” –tal es el eslogan de la campaña– en las radios populares y comunitarias de América Latina y el Caribe. El desafío que le plantea ALER 2020 a las radios es repensar el “para qué” de la comunicación y la educación popular hoy y en qué medida puede ser relevante para contribuir a la construcción de comunidades felices, con modos de vida sostenibles, apartándose del mandato de “desarrollo”.

Carranza Garzón (2010) de Colombia analiza a la organización social Acción Cultural Popular (ACPO), creadora de Radio Sutatenza, cuna de las escuelas radiofónicas, de donde se inspira INCUPO para realizar sus prácticas comunicacionales en Argentina. En esta línea Parra Rincón (2019) investiga a ACPO en su historia y en la construcción de la noción de Nación. Hernández y Marchesi (2008) analizan 60 años de la radio popular y comunitaria en Latinoamérica exponiendo las experiencias de las escuelas radiofónicas y las radios mineras.

Enfoque teórico

Concebimos a los medios como espacios de poder y de política, "escenarios de representación de lo social y a la vez lugares de circulación de puntos de vista, de sistemas más o menos plurales de interpretación." (Uranga, 2007: 1) Entendemos a la comunicación como un proceso social de producción, intercambio y negociación de universos culturales ubicándola en el espacio de las relaciones entre sujetos, enmarcados en contextos sociales y culturales, tal como argumenta Jesús Martín Barbero (2010). Retomamos los estudios de María Cristina Mata (1998) que considera a la radio como una relación comunicativa, resaltando los espacios de interacción y de diálogo que habilita, y también los aportes de Villamayor (2015) que la analiza como un hecho cultural, posibilitadora de construcción de comunidades y sentido social.

Definir la comunicación desde esta perspectiva se ubica en la línea de pensamiento latinoamericano de comunicación y cultura, retomando los análisis de Jesús Martín Barbero (2010), Rosa María Alfaro Moreno (2000) María Cristina Mata (2000) y

Claudia Villamayor (2015). Esta línea apunta a trascender el aspecto estrictamente técnico y del desarrollo de habilidades tanto de elementos discursivos como de los medios, para ubicarlo sobre todo en el espacio de las relaciones entre sujetos, enmarcados en contextos sociales y culturales. Esto nos posibilita entenderla como un espacio estratégico que abarca el complejo y conflictivo proceso de producción de sentido social y, por lo tanto, como lugar de poder en la configuración de nuevos modelos de sociedad que permitan articular las dimensiones materiales y simbólicas de producción de la comunicación. Esto nos lleva a considerar que "lo hegemónico" implica necesariamente una "contrahegemonía o hegemonía alternativa" (Williams, 2009: 70). La hegemonía resulta así un "proceso activo", una interconexión y organización de significados, valores y prácticas.

Consideramos que las experiencias de los medios de comunicación comunitarios son "prácticas de comunicación que tienen por sujeto a los grupos populares y que buscan alterar las relaciones de poder hegemónicas, al potenciar la expresión de quienes habitualmente no tienen la posibilidad de ejercer su derecho a la comunicación." (Fasano y Roquel, 2015: 2). Estas experiencias fueron denominadas como "comunitarias", "populares", "ciudadanas", "alternativas", "truchas" tal como se analiza en el trabajo de Larisa Kejval (2009). En líneas generales, se caracterizan por proyectarse desde una estructura horizontal, dialógica y participativa frente a la verticalidad de los medios hegemónicos, con un fuerte sentido crítico, contracultural y contrahegemónico, generando otros discursos y agendas, otras miradas en contraposición al poder de los medios masivos, asociadas a estrategias para un cambio social desde la comunicación de todos los sectores sociales, para que sean reconocidas sus "voces" en el campo mediático, tal como señalan los autores Natalia Vinelli y Rodríguez Esperón (2004) y María Cristina Mata (2011). Asimismo, siguiendo a Máximo Simpson Grinberg (1986) los medios comunitarios se relacionan con proyectos socio-políticos y culturales que cuestionan la concentración del poder comunicacional y no poseen al lucro como orientador de sus prácticas, sino que promueven formas de comunicar que difieren a las del mercado y a las del Estado.

Una relación significativa, influenciada por la praxis de educación popular de Paulo Freire, es la de comunicación y educación que se centra en el problema de la vinculación entre lo educativo y la cultura. Prieto Castillo (1998) remite al término de comunicación educativa:

una forma de acompañamiento a procesos sociales que tome en cuenta no lo que inducimos a hacer a través de la comunicación, sino lo que logramos en aprendizajes en las relaciones presenciales o bien mediante las posibilidades ofrecidas por los medios tradicionales y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. (1998: 331)

Uno de los pioneros en la relación entre comunicación/educación en el escenario latinoamericano fue Paulo Freire (2014), que en el clásico texto *Extensión o Comunicación*, llamó la atención para los procesos comunicacionales que se introducen en el actuar pedagógico libertador, afirmando que el hombre es un ser de relación y no sólo de contactos como el animal; no está simplemente en el mundo, sino con el mundo. Sobre esta perspectiva, la comunicación pasa a entenderse como relación, como un modo dialógico de interacción del actuar educomunicativo.

Otro investigador, Jorge Huergo (2006), argumenta que la relación entre comunicación y educación significa el reconocimiento del otro en una misma trama, el "nos-otros". Por su parte, Kaplún (2007) considera que la Comunicación Educativa existe para brindarle a la educación métodos y procedimientos para crear la competencia comunicativa del educando. No se trata de educar usando el instrumento de la comunicación, sino que ésta se convierta en la columna vertebral de los procesos educativos: educar por la comunicación y no para la comunicación. Dentro de esta perspectiva de la comunicación educativa como relación y no como objeto, los medios son reubicados a partir de un proyecto pedagógico más amplio.

Enfoque metodológico

Metodológicamente, en consonancia con el enfoque que proponen los Estudios Culturales, retomamos la perspectiva sociocultural (Reguillo 2004). De esta manera, se efectuó un abordaje intensivo, el cual permite adentrarnos y recuperar las perspectivas y experiencias de los sujetos sociales, sus construcciones de sentidos, la "búsqueda de su particularidad" (Orozco, 1997: 7) sin olvidar que "pequeños hechos hablan de grandes cuestiones." (Geertz, 2006: 35). Esta perspectiva sociocultural, se articula con el enfoque socio-antropológico (Achilli, 2005), también entendido como impronta antropológica (Cámpora, 2022) desde donde nos posicionamos y entendemos la existencia de cruces y diálogos fecundos

con los Estudios Culturales. Se trata de una investigación con un diseño flexible, que se caracteriza por propiciar una actitud abierta, expectante y creativa por parte del investigador/ra a situaciones nuevas e inesperadas que pueden surgir durante el trayecto investigativo (Mendizabal, 2006). Se realizaron desde el 2020, 18 entrevistas en profundidad, entrevistas que consideramos como herramientas metodológicas fundamentales (Guber, 2016). Fueron tanto virtuales como presenciales y se realizaron a integrantes (y ex integrantes) de INCUPO¹. Las entrevistas permiten reconstruir los sentidos sociales, en paralelo al análisis de documentos del Instituto. A partir de estas entrevistas se realizó un análisis a través de lectura y relectura, y articulación teórica. Acompañando dicho análisis se relevaron documentos del Instituto.

El alcance del estudio se centra en una investigación detallada de la experiencia de INCUPO como una institución pionera en comunicación comunitaria y educación popular en el noreste argentino, desde su fundación en 1969 hasta la década de 1980.

Procesos latinoamericanos constitutivos de INCUPO

El surgimiento de INCUPO se enmarca en un período histórico de gran relevancia en América Latina, específicamente en las décadas de 1960 y 1970, caracterizadas por una aguda conflictividad social y transformaciones políticas y económicas de envergadura. Este contexto, minuciosamente examinado por García Delgado (1996), estuvo marcado por la reestructuración política y económica que desafiaba el tradicional modelo del Estado de Bienestar, dando lugar a una creciente desigualdad y al aumento del desempleo. Además, la Guerra Fría y la emergencia de dictaduras militares represivas en diversos países de la región agravaron aún más esta situación. Esta época también se distinguió por ser un periodo de movilizaciones y manifestaciones político-culturales en respuesta a la implementación de este nuevo modelo económico. Este fenómeno tuvo un impacto profundo en amplias capas sociales, fracturando el tejido social y familiar, al tiempo

¹ Aclaremos las referencias de las citas de las entrevistas realizadas que se verán en las próximas páginas: se leerá el número y fecha de la entrevista, integrante entrevistado/a, rol en INCUPO, fecha de ingreso-fecha de egreso, provincia de residencia actual.

que inauguró un autoritarismo que sofocaba con dureza tanto la expresión verbal como las acciones disidentes.

Los procesos latinoamericanos que haremos referencia como constitutivos de INCUPO remiten a:

- Experiencias de comunicación alternativa. En esa época se desarrollaron experiencias de comunicación alternativa en muchos países de la región, tales como escuelas radiofónicas y reporteros populares de comunidades campesinas en Bolivia promovidas por la iglesia católica; cooperativas de agricultores en Uruguay; campesinos en Ecuador; enseñanza por televisión en El Salvador y México; periodistas con la prensa nanica (en miniatura) en Brasil; y otras más en Perú; fueron estrategias practicadas para decir lo que los grandes medios no decían (Segura, 2011). La experiencia radiofónica pionera en el uso de la radio como emisora comunitaria en Latinoamérica fue la de Radio Sutatenza, en Colombia, en 1947, basado en un proyecto católico de alfabetización y promoción social campesina. Asimismo también se encontraba la experiencia de los sindicatos mineros de Bolivia, más motivados por la lucha de clases, que en 1947 inician la experiencia de las Radios Mineras, también comunitarias (Fasano, 2011).
- Experiencias de alfabetización de adultos. Desde los años 50 y desde el norte de Brasil, Paulo Freire venía desarrollando su sistema de alfabetización con los sectores campesinos, la educación para la concientización y por consiguiente, la liberación.
- Financiamiento de instituciones católicas europeas para el desarrollo de instituciones en nuestro suelo latinoamericano. En 1967, la Fundación Konrad Adenauer, con sede central en Alemania, inició en América Latina un programa de apoyo al desarrollo de instituciones que se valían del poder de la radio, especialmente, o de otros medios de comunicación, para su acción educativa.
- Conformación de la Teología de la Liberación. En 1968 se realizó en la ciudad colombiana de Medellín, la II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, convocada para interpretar y profundizar para América Latina los contenidos del Concilio Vaticano II, que puntualizaba en lograr el beneficio de las clases pobres y marginadas. Se conforma así la denominada Teología de la Liberación, enfocada en la liberación en lo político, económico y cultural, para superar injusticia, de pobreza y marginalidad a las masas populares y, lo que es fundamental, se le reconoce un lugar central en este

proceso a la comunicación, "procurando producir modelos alternativos a los medios masivos, que posibiliten la expresión de la cultura popular." (Fasano, 2011: 37).

En el Noreste Argentino, en la década de los 60, el Concilio Vaticano II pone la Iglesia en actitud de cambio, los obispos organizados como Región Episcopal, acordaron un estudio sobre las condiciones de vida de la población de sus diócesis. Para ello, contrataron un equipo técnico, el DESAL (Centro para el Desarrollo Económico y Social en América Latina). A partir de este diagnóstico un grupo de católicos crea en 1965 el CEPRHU (Centro de Promoción Humana). Se define como un organismo de carácter autónomo, para actuar en el campo del desarrollo económico y social y la promoción popular bajo la inspiración de la Doctrina Social de la Iglesia Católica. Su primera tarea consistió en transformar en proyectos concretos las recomendaciones del informe que indicaba como tareas prioritarias la creación de Servicios de Educación Popular (educación fundamental, alfabetización, capacitación profesional, formación de dirigentes y militantes) y de Servicios a las Organizaciones de Base Popular, sean éstas de tipos comunitario, económico o gremial. Los proyectos dieron nacimiento a varias Instituciones, una de las cuales fue INCUPO (Documento inédito titulado "Proceso educativo en INCUPO").

La presencia de la Iglesia Católica fue decisiva en el desarrollo de la radiofonía comunitaria en ese país, sobre todo en las décadas del '70 y '80, y ese impulso originario es el que en la actualidad continúa a través de ésta y otras organizaciones e instituciones (Fasano, 2011).

En esta línea, argumenta Fasano (2011): "El encuentro entre el método freireano y la Teología de la Liberación con su metodología de las Comunidades Eclesiales de Base constituirán la clave de la diseminación de los modelos alternativos de educación y comunicación en el continente." (2011: 38). De esta manera, la experiencia de INCUPO surgió con base cristiana de promoción humana que apostaba a la educación desde la comunicación radiofónica, retomando las experiencias latinoamericanas de radios escuelas, tales como las promovidas por la Iglesia Católica en la aldea andina de Sutatenza, Colombia. Así, en el aspecto comunicacional, se inspiró del modelo de radio educativa de ACPO (Acción Cultural Popular) de Sutatenza, Colombia.

En el aspecto educativo, se inspiró en las experiencias de alfabetización de adultos que se realizaban en el Nordeste de Brasil desde la década del 50. Se pensaba en

aquellas épocas que el analfabetismo era una de las peores consecuencias de la pobreza. La alfabetización en la perspectiva inspirada por ese gran pedagogo que fue Paulo Freire permitía llevar a cabo un análisis crítico de la situación de vida y asumir una actitud protagónica de cambio frente a la misma, proponía una alfabetización liberadora, concientizadora.

INCUPO desde sus inicios se involucró e incidió en procesos de organización por el derecho a la comunicación y la democratización de la palabra. Fueron partícipes de ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica)² que también comenzó con el propósito de alfabetizar a través de la radio. La mayoría de los radios³ pertenecían a congregaciones religiosas, mayormente jesuitas, de la Iglesia Católica. INCUPO integraba la Junta directiva de ALER, hasta fines del 2020, y participaba enviando información para los noticieros y generando instancias de capacitación: “Se hacían pasantías, estadías, seminarios, diferentes actividades de capacitación siempre en función de las temáticas que ALER está abordando, la temática indígena, de la mujer, la cuestión de los migrantes.”(Entrevista, N°7, 15/09/2021, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco).

De esta manera, INCUPO nace en 1969 como Asociación Civil sin fines de lucro con los objetivos de alcanzar una educación integral del adulto, crear estructuras comunitarias, construir para ello medios interpresenciales y de comunicación. Se proponía la educación popular y la organización de estructuras de base como forma de superar las situaciones de marginalidad y tender a una mayor participación.

² Se define como “una Red de comunicación educativa popular que promueve la participación, la inclusión, la convivencia armónica con la naturaleza; acompaña a los pueblos en la conquista de derechos; trabaja por la democratización de la comunicación y participa en la construcción de procesos para el Buen Vivir” Fuente: <https://www.aler.org/node/1>

³ Actualmente son aproximadamente 85 radios en 15 países de América Latina. Está diferenciado en lo que es el cono Sur donde está Argentina, Chile, Uruguay, Paraguay, la zona andina donde está Bolivia, Ecuador, Perú, Colombia y la zona del Caribe donde están varios países de los que llamamos Mesoamérica o América Central.

Breve caracterización de INCUPO

INCUPO surge en 1969 en el norte de Santa Fe, en la ciudad de Reconquista. Allí se encuentra al día de hoy, la oficina central y el centro de capacitación. Luego se fue expandiendo hacia Formosa, Chaco, Corrientes, Misiones, Entre Ríos, Santiago del Estero, Tucumán, Catamarca, La Rioja, Jujuy y Salta. En los comienzos tenían diferenciadas dos grandes regiones, el noreste (NEA) y el noroeste argentino (NOA). Actualmente el área de incidencia de INCUPO es Santiago del Estero en el NOA y el norte de Santa Fe, Formosa, Chaco y Corrientes en el NEA:

Se dejó Misiones, se dejó Entre Ríos, se dejó Tucumán, Salta y Jujuy, se dejó Catamarca. Al comienzo fue la radio la herramienta principal para llegar a cada uno de los del norte argentino. Después los promotores, en cada una de las provincias teníamos una oficina donde había un responsable y un equipo de trabajo con educadores, comunicadores, técnicos. La radio y el periódico nos permitían duplicar o triplicar la llegada presencial. (Entrevista, N°3, 03/12/2020, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco)

Fueron creando proyectos provinciales y así nacieron “pequeños incupitos”⁴: “pequeñas y no tan pequeñas instituciones que amplíen el trabajo de INCUPO, que sostengan el trabajo de INCUPO pero ya con sus propias lógicas, sus propias dinámicas.”(Entrevista N°3, 03/12/2020, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco) En este sentido, “INCUPO no puede abarcar toda la problemática que hay en una comunidad pero sí lo hacía en articulación con otras instituciones. Tales como el INTA, Cáritas, la Secretaría de Agricultura Familiar, con Desarrollo Social, con Universidades.” (Entrevista N° 9, 23/09/2021, Araceli, Ingeniera Agrónoma, 2004, Formosa)

La estructura de INCUPO está compuesta por una asamblea con integrantes del instituto y socios activos. Dicha asamblea se reúne una vez al año y cada tres años se eligen autoridades. Actualmente está formada por una comisión directiva, los programas de acción directa (alimentación, ambiente saludable, derechos

⁴ En Catamarca se creó una institución llamada Bienaventurados los Pobres. En Tucumán se creó el Servicio de educación popular, SERDEP. En Santiago se creó el Programa Integral del Campesinado, PROINCA. En Formosa se creó una institución que se llama Asociación para la promoción de la Cultura y el Desarrollo, APCD.

indígenas, educación para la ecociudadanía); la unidad de comunicación, de administración y de monitoreo y evaluación, que dependen de la comisión directiva.

A lo largo de los 51 años de existencia, las estrategias fueron cambiando:

[...] en los comienzos los equipos de provincias eran muy numerosos. También los recursos. Con el tiempo las fuentes de financiamiento fueron reduciéndose y el trabajo de terreno también. Además las organizaciones comunitarias, locales, zonales se fueron estructurando y logrando mayor autogestión, lo que facilitó la reconversión de INCUPO y su rol, el que pasó a tener características más de gestión. (Entrevista N°1, 17/11/2020, Luis Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco)

Reconocen desde INCUPO que: “se reflexionaba mucho sobre las prácticas, se analizaba desde distintas miradas y eso de que puedan analizar tu práctica te lleva a que todos los demás admiren y analicen y critiquen y se fortalezcan” (Entrevista N° 9, 23/09/2021, Araceli, Ingeniera Agrónoma, 2004, Formosa).

Un rol importante en los comienzos fue el “promotor”. El “promotor” solía visitar las comunidades indígenas y campesinas con el propósito de identificar las “necesidades sentidas”, es decir, aquellas que las mismas comunidades percibían como urgentes. A partir de esta identificación, se iniciaban las actividades. Por lo general, se convocaba a una reunión comunitaria en lugares como la capilla, la escuela o centros vecinales, y se utilizaba material audiovisual como recurso para estimular la conversación y la participación. A medida que las comunidades campesinas e indígenas maduraron en términos políticos y establecieron sus propias organizaciones con la capacidad de presentar sus propuestas a nivel político nacional, el enfoque y la dinámica de este “trabajo en terreno” experimentaron cambios.

También se encontraba el rol de monitor, era un miembro de la misma comunidad donde se incidía, que recibía una capacitación especial en los centros radiofónicos para hacer de nexo entre el programa de radio y la comunidad. Las tareas que tenía a su cargo eran la matriculación de los miembros para recibir el material didáctico, supervisión del centro y entrega de diploma al terminar el ciclo.

Otro rol importante era el “técnico”, dado que se trabajaba el tema de la producción: “las actividades que se organizaban en cada una de las comunidades, tenían ese

carácter, carácter productivo entonces ahí hacía falta la participación de un técnico según sea la materia.” (Entrevista, N°2, 01/12/2020, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco)

Con respecto al financiamiento, la principal fuente de INCUPO fueron agencias europeas vinculadas con la iglesia (católicas, Universal, ecuménica). Asimismo, pudieron conseguir algunos proyectos del gobierno argentino, a partir de los cuales financiaron programas de radio y videos. Argumentan que “con los Estados siempre fue una relación compleja, porque es difícil entender la razón de ser de una organización social que no pide chapas, ni bolsones de comida, ni remedios, sino que plantea la defensa del derecho a la tierra y los territorios, la defensa del medio ambiente.” (Entrevista N°3, 03/12/2020, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco)

Durante el 2020 la agencia alemana que mayor aporte estuvo realizando al Instituto, llamada Misereor, se va de Argentina y deja de financiar sus proyectos. El efecto que esto ocasionó en INCUPO fue que “de los 40 que somos van a quedar menos de 10 así que estamos como de duelo en este momento.” (Entrevista N°3, 03/12/2020, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco). Por lo que se comienza a focalizar en un área de trabajo que es la de movilización de recursos, utilizando sobre todo las redes sociales para captar fondos. A esta área se le suma la agricultura familiar campesina, la recuperación de los territorios indígenas y el mejoramiento del hábitat, unidad de comunicación (mundo digital, comunicación popular, campañas comunicacionales, periódico acción etc), educación para la eco ciudadanía, justicia climática. Actualmente “nosotros acompañamos todo el proceso de trabajo con las organizaciones de escribir el proyecto, de pensar el proyecto, escribirlo, gestionarlo, y un porcentaje de ese fondo viene para asistencia técnica y capacitación para programas.” (Entrevista N°6, 29/04/2021, Silvia, Educadora en INCUPO, 2006, Santa Fe)

Prácticas de comunicación comunitaria y educación popular

INCUPO accionó desde sus inicios para que

las organizaciones tengan su propio comunicador y fortalecer las radios locales con vocación de integrarse a una comunidad, de difundir mensajes comunitarios, aunque no sean radios comunitarias. Si veíamos que había una práctica comunitaria nos

acercábamos para fortalecerla con capacitación, con producción, con equipamiento. (Entrevista N°3, 03/12/2020, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco)

Para los y las integrantes de INCUPO, las prácticas de comunicación comunitaria y educación popular están estrechamente ligadas a los argumentos de la praxis de Paulo Freire. En este sentido los mismos expresan que:

la educación tiene que ser transformadora, tiene que ayudarme a cambiar algo, a cambiar mi realidad, cambiar cómo veo la realidad y desde ese lugar Incupo tiene como una cuestión muy especial que es como esta posibilidad de crear cosas, pensando cuáles son los desafíos de la realidad. (Entrevista N°6, 29/04/2021, Silvia, Educadora en INCUPO, 2006, Santa Fe).

Asimismo, puede reconocerse los argumentos de quienes investigan esta línea (Huergo (2006), M. Kaplún, 1998, Prietto Castillo, 1998). Huergo (2006) reconoce la relación entre comunicación y educación en su enfoque de la comunicación educativa. Él sostiene que la comunicación es un proceso inherente a la educación y es fundamental para la interacción, el aprendizaje y la construcción de significados. Huergo destaca la importancia de una comunicación efectiva y significativa en el aula, tanto en la transmisión de conocimientos como en la promoción de la participación activa de los estudiantes. Además, considera que la comunicación educativa debe fomentar el desarrollo de habilidades comunicativas, el pensamiento crítico y la capacidad de expresión de los estudiantes. Prieto Castillo (1998) remite el término de comunicación educativa a:

una forma de acompañamiento a procesos sociales que tome en cuenta no lo que inducimos a hacer a través de la comunicación, sino lo que logramos en aprendizajes en las relaciones presenciales o bien mediante las posibilidades ofrecidas por los medios tradicionales y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. (1998, p. 331).

Es decir, remite a la comunicación centrada en el aprendizaje y el interaprendizaje. Por su parte, Kaplún, G (2007) considera que la Comunicación Educativa existe para brindarle a la educación métodos y procedimientos para crear la competencia comunicativa del educando. No se trata de educar usando el instrumento de la comunicación, sino que ésta se convierta en la columna vertebral de los procesos

educativos: educar por la comunicación y no para la comunicación. Dentro de esta perspectiva de la comunicación educativa como relación y no como objeto, los medios son reubicados a partir de un proyecto pedagógico más amplio. En este sentido, tanto Freire como Kaplún entienden conceptos como «contexto sociocultural», «Comunicación» y «Educación» como una relación y no como áreas que deban tener su objeto de estudio disputado. Sería interesante y necesario para el análisis trascender la individualidad de los conceptos de comunicación y educación, y tomar esta articulación como punto de partida y horizonte; como herramienta que nos permite analizar desde un campo más rico en significación y transformación.

La vocación de INCUPO desde su gestación fue la articulación entre la comunicación radiofónica y la educación popular. A lo largo de su historia, su enfoque, sus estrategias, fueron cambiando. Sin embargo, desde su creación se mantuvieron cuatro grandes temas: la realidad concreta como punto de partida de todo tipo de acciones; el respeto a la integralidad de las personas; la organización comunitaria; y la cultura popular. INCUPO surgió apostando a la educación popular desde la comunicación radiofónica:

INCUPO nace para alfabetizar. Y no alfabetizar de cualquier manera sino con un método que es el de Paulo Freire, que es la alfabetización y concientización de las personas, que a la par de aprender a leer y escribir descubrieran porqué viven la situación que viven y tratar de cambiarla. (Entrevista N°2, 01/12/2020, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco).

Para INCUPO la “estrategia que mejor y que más nos define es la educación popular.” (Entrevista N°2, 01/12/2020, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco). En este sentido, las instancias de capacitación son inherentes a las acciones de INCUPO. Algunas apuntan a la formación de organizaciones de base, tales como los cursos EFI (Educación Fundamental Integral) que se iniciaron en 1973.

La manera de proceder y reunirse en ese contexto de dictadura⁵ era solicitando un permiso a la policía y enviaban un agente que participe de la reunión: “no se hablaba

⁵ Estamos hablando de la última dictadura cívico militar que transcurrió en Argentina desde 1976 a 1983.

de política, se hablaba de cosas que no tenían en apariencia vinculación con la política ni con la situación que vivía el país.” (Entrevista N°2, 01/12/2020, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco)

Otras capacitaciones son de formación institucional. En 1984, realizaron una capacitación junto ALER donde aprendieron todo lo referido a la comunicación y estrategias de acercamiento a las comunidades

que venía con muchos miedos y mucha incertidumbre por todo lo que fue la dictadura militar, ahí nace un poco la comunicación comunitaria que tratábamos de promocionar e impulsar que la gente pueda expresarse y los podamos grabar y ahí empezamos con los programas radiales. (Entrevista N°8, 16/09/2021, Jorge, Comunicador en INCUPO, 1985, Corrientes)

Durante la década de 1980, el grupo que se encontraba en el área de comunicación, realizaron varias capacitaciones, con Mario Kaplún. Jorge resalta la importancia de estas capacitaciones para las prácticas de comunicación de INCUPO:

¿por qué era bueno esto? porque nosotros empezamos después de los 80 a trabajar con el sector rural y era un sector que venía con muchos miedos y mucha incertidumbre por todo lo que fue la dictadura militar, en nuestro región la dictadura militar fue muy fuerte sobre todo con las ligas agrarias en ese entonces, ahí nace un poco la comunicación comunitaria de Incupo que tratábamos de promocionar e impulsar que la gente pueda expresarse. [...] Nosotros empezamos con lo que es la capacitación, la formación de comunicadores populares, es decir, tratábamos de que las mismas organizaciones campesinas e indígenas tengan sus propios periodistas, sus propios locutores, sus propios comunicadores, en eso también nos consideramos un poco pioneros, digamos, de que empezamos a trabajar ese tema. (Entrevista N°8, Jorge, 16/09/2021, Comunicador en INCUPO, 1985, Corrientes).

Iniciado el período democrático en 1983, el panorama económico-social heredado consta de un incremento de los problemas sociales y una deuda externa impagable. Sin embargo, “se reestructuran todas las organizaciones campesinas e indígenas en todas las provincias donde INCUPO estaba.” (Entrevista, N°2, 01/12/2020, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco).

En la década de los '90, ante la inclinación del Estado hacia los sectores poderosos de la sociedad y la marcada presencia del mercado, ocurren cambios en INCUPO, que incide en la estructura interna como en los modos de llevar a cabo la tareas de promoción y desarrollo rural. Antes el sujeto social que era receptor de acción de INCUPO era el sector campesino, aborígen, cosechero, asalariado. En esta etapa, se amplía, sumándose mujeres, jóvenes, pequeños y medianos productores que piden asesoramiento y familias de pequeños pueblos en general changarines o empleados. Con una mirada retrospectiva:

lo que aflora es el protagonismo que asumieron tanto mujeres como varones de las comunidades indígenas como las comunidades campesinas que antes no levantaban la voz y que sin embargo hoy tiene su propia mirada, se plantan expresando lo suyo, su sentir, su saber, su valor en cada uno de los lugares donde están. (Entrevista N°4, 07/04/2021, Antonia, Comunicadora en INCUPO, 1972-2007, Reconquista).

De esta manera, desde año 2000 en adelante los desafíos que surgen del contexto, obligan a la Institución a seguir pensando en su propuesta educativa de manera tal que esté en consonancia con los nuevos escenarios.⁶ En este sentido, “Incupo iba viendo desde qué lugares podía aportar, desde la educación, desde la salud, desde los derechos al trabajo y a la tierra.” (Entrevista N°9, 23/09/2021, Araceli, Ingeniera agrónoma, 2004, Formosa).

En paralelo, hay un crecimiento de las comunicaciones y las tecnologías, concentrado en grandes corporaciones (Documento inédito “Proceso educativo en INCUPO”, 2005). En este sentido, una de las características estratégicas de la conducción de INCUPO era la “apertura, no el cerrarse sino el construir con otros.”(Entrevista N°4, 07/04/2021, Antonia, Comunicadora en INCUPO, 1972-2007, Reconquista).

La intención de INCUPO y “su postura era que realmente la gente tuviera la posibilidad de tener su propio medio, que se reflejara su propia cultura” (Entrevista

⁶ Particularmente, en la región de acción de INCUPO, se presenta un contexto de caída de los productos regionales, su sistema de autoabastecimiento, el éxodo del campo a la ciudad. También hubo entrega de tierra a los aborígenes en distintas provincias, a partir de las reformas constitucionales y de las luchas de las organizaciones indígenas y de las organizaciones no gubernamentales.

Nº4, 07/04/2021, Antonia, Comunicadora en INCUPO, 1972-2007, Reconquista), sin embargo “ejercitar el derecho a la comunicación no es sólo tener una radio comunitaria, sino tener un marco jurídico, un marco legal que te permita funcionar.” (Entrevista Nº7, 15/09/2021, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco)

Desde el año 2000, INCUPO ha enfrentado nuevos desafíos, como la creciente concentración de medios en grandes corporaciones. Buscan promover el derecho a la comunicación y reflejar la cultura local, además de enfocarse en educación, salud y derechos laborales y de tierra.

Los Centros Radiofónicos de INCUPO

La estrategia para llevar a cabo la alfabetización fue la creación de los centros radiofónicos. La primera transmisión de programas de alfabetización se realizó el 21 de septiembre de 1970. Estos programas llegaban a las comunidades a través de la entrega de un conjunto de materiales que incluían cartillas, láminas con letras y números, así como palabras generadoras. La elección de la radio como medio se debió a su bajo costo y su capacidad para llegar a un amplio público.

Un rol importante en los comienzos fue el del "promotor". Este visitaba a las comunidades indígenas y campesinas para descubrir "las necesidades sentidas" que eran aquellas que las mismas comunidades sentían "como urgente" y a partir de ahí empezar a trabajar: "¿Cómo se empezaba a trabajar? generalmente se convocaba a una reunión comunitaria en la capilla o en la escuela o en algún centro así vecinal donde, para motivar la conversación, compartíamos algún material audiovisual." (Entrevista, Nº2, 01/12/2020, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco)

Era un miembro de la misma comunidad donde se incidía, que recibía una capacitación especial en los centros radiofónicos para hacer de nexo entre el programa de radio y la comunidad. Esto nos remite a que "la radio comunitaria es un hecho cultural, constructora de sentido socio-político, capaz de generar comunidades culturales y no sólo las marcadas por una geografía particular." (Villamayor, 2014: 92) Las tareas que tenía a su cargo eran la matriculación de los miembros para recibir el material didáctico, supervisión del centro y entrega de diploma al terminar el ciclo. En una de las entrevistas con Luis, nos comenta:

en el año 79 me sumé al Instituto de cultura popular como promotor le llamamos nosotros. El promotor era, digo era porque ya no existe más esa figura un trabajador social todo terreno. ¿Por qué todo terreno? Primero porque estaba en terreno, estaba en los territorios y hacía trabajos con las familias que deseábamos acompañar. Cada promotor tenía asignada una zona y a mí me tocaba picos Bermejo de la provincia de Chaco con cabecera en un pueblo que se llama La Leonesa. Entonces mi trabajo como promotor, el trabajo de todos los promotores es ir a visitar la familia, ver cuáles eran las necesidades sentidas. (Entrevista, N°2, 01/12/2020, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco)

En cuanto a la producción contaban con programas en vivo. Se producía un programa semanal en AM Amanecer de Reconquista (Santa Fe) y otro en AM Solidaridad, Añatuya (Santiago del Estero). En 1993 formaron una fundación que se llama fundación San José con el Obispado de Reconquista y esa fundación creó Radio Amanecer. Se emitían dos programas: "Juntos Podemos" (en el aire hasta fin del año 94), con una audiencia organizada con programa sistemático dirigido a los Centros Radiofónicos, es decir, grupo de personas con su monitor. El otro programa era "Este Norte, Nuestro", con audiencia abierta para todo público. Los objetivos de estos programas eran fortalecer los sistemas de vida rural y el espacio comunicacional para compartir vivencias, capacidades, procesos y propuestas que van construyendo las familias rurales, e incentivar la formación de comunicadores populares en las comunidades y / o grupos para facilitar su propia expresión: "nos interesa que las organizaciones que acompañamos recuperen la voz, la palabra, no queremos hablar por ellos, queremos que ellos retomen la palabra." (Entrevista, N°3, 03/12/2020, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco)

El programa "Juntos Podemos" de INCUPO eran micros radiofónicos que abordaban problemáticas propias de las zonas rurales del NEA y NOA; temas/problemas que tenían que ver con la pobreza, el hambre, la falta de viviendas, la atención de la salud, el analfabetismo en adultos, la deserción escolar, la carencia de organizaciones que representaran a los sectores más desposeídos. A partir de palabras generadoras y de un universo vocabular propio de la realidad donde vivían, se utilizaban como refuerzo de las emisiones radiofónicas una serie de cartillas con

la presencia de promotores que orientaban y coordinaban la escucha junto a los pobladores rurales campesinos que escuchaban y compartían el programa.

En ese recorrido INCUPO reconoce que en los primeros cuatro años (1970 a 1974) los micro- programas radiofónicos se dirigían a un público disperso, a una audiencia abierta porque el propósito era formar –con la ayuda de los promotores- Centros Radiofónicos en las comunidades; de una audiencia abierta se proponía construir una audiencia organizada. Este concepto que agrupaba contenidos de índole general y que tenía a la alfabetización como eje de acción, fue modificándose a través de 3 líneas de acción: incremento de la comunicación interpersonal en el territorio, mayor interrelación y complementariedad entre los distintos dispositivos comunicacionales y apertura a problemáticas relacionadas directamente con la población a quienes se dirigían los micros más que temas que respondieran a currículas escolares cerradas.

En 1972 comenzaron a producir el Periódico Acción. Se trata de una publicación mensual que se distribuía en el norte del país, dando a conocer su propuesta, posibilitando un espacio comunicacional a las comunidades rurales e indígenas quienes habitualmente no tienen acceso a los medios de comunicación. Formó parte de lo que denominaban “estrategia de multimedios” junto a la radio, las cartillas, el monitor y los folletos:

Al principio se hacía todo en Reconquista. Cuando se crea INCUPO se crea con la radio como una de sus principales herramientas, entonces la oficina central tenía dos salas de radio con todo el equipamiento que te puedas imaginar, el mejor micrófono, la mejor consola, los mejores grabadores, todas salas acustizadas con paneles acústicos. Con ese equipamiento se hacían los programas de alfabetización. En aquel tiempo, en los 70 se trabajaba con cintas abiertas, y se mandaban a las radios de toda la región. Cada radio las usaba y luego las devolvía y se le daba una nueva y así. Con el tiempo esas cintas fueron quedando de lado y se empezó a usar el cassette, o sea, hubo que reemplazar esos grabadores de cinta abierta por los cassettes. Y ahí ya se empezaban a hacer algunas cosas, no sólo en Reconquista sino también en las provincias. Obviamente después del cassette ya vino el CD, el disco compacto y yo te diría que a partir de la década del 90, a comienzos de la década del 90 la producción radial se fue descentralizando de Reconquista,

también porque ya no teníamos la exigencia de un programa de alfabetización diario que había que sacar todos los días de la producción para que llegue a todas las radios. Ya eran programas semanales, en vivo muchos de ellos. Ya no se usó tanto la grabación sino que se editaban notas y esas notas se llevaban a la radio para ser difundidas en el momento que el programa salía al aire. Así fue, primero empezó en Reconquista y luego se fue descentralizando a Corrientes, Resistencia, Añatuya, Santiago del Estero, Formosa. (Entrevista, N°3, 03/12/2020, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco)

Pese a estas condiciones de producción y estrategias se enfrentaron a una situación: “con los años aprendimos que solamente leyendo y escribiendo la situación socioeconómica no se resolvía. Una vez nos dijo un campesino de Formosa: ¿y yo para qué quiero aprender a leer y escribir si voy a seguir siendo pobre?”(Entrevista, N°2, 01/12/2020, Luis, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco) Entonces, había que cambiar de estrategia, o mejorarla. Fueron sumando temáticas a la educación popular, tales como educación para la salud, para la vida familiar, para el trabajo, la producción, la formación política, ampliando la propuesta educativa.

Desde 1974, podemos ver en las evaluaciones internas en asambleas, se han observado tanto las posibilidades como los desafíos de las tareas realizadas a cabo en la región. El Documento interno de 2005 describe estos aspectos de la siguiente manera: se ha visto un rápido crecimiento en la cantidad de centros de alfabetización, pero también un aumento en la deserción de sus participantes; se ha logrado alfabetizar un gran número de adultos, pero se considera más importante alcanzar una audiencia abierta que una audiencia sistemática; además, se ha detectado una falta de continuidad entre la motivación generada en los centros y la puesta en práctica de acciones concretas en la educación radiofónica. A partir de estas evaluaciones, se inició una reformulación de las estrategias de acción, reconociendo la necesidad de combinar de manera más efectiva los medios masivos con los medios interpersonales y realizar estudios de audiencia para conocer mejor a la población objetivo. Esto llevó, en los años 76-78, a la etapa de los modos operativos que tenían para el trabajo con las comunidades:

- Modo operativo A: programas radiofónicos de audiencia abierta para grupos no organizados, acompañados del Periódico Acción.

- Modo operativo B: programas radiofónicos sistemáticos para alfabetización y capacitación de grupos organizados, apoyados por el Periódico Acción, cartillas, láminas y una red interpersonal variable según los casos: maestro, instructor, delegado zonal, promotor, monitor.
- Modo operativo C: programas radiofónicos de educación comunitaria y organización de comunidades de base para la concientización de grupos de decisión y de trabajo con componente económico: “si bien la alfabetización era importante y necesaria pero había que sumar otras cosas: todo lo relacionado con el trabajo rural, producción agropecuaria, la producción de alimentos y la producción para la venta.” (Documento inédito “Proceso educativo en INCUPO”, 2005: 13)

Estos modos operativos al fin de la década del 70 van a tomar cada vez más importancia en INCUPO. Como mencionamos anteriormente, el promotor existe en INCUPO como encargado de la promoción de los centros radiofónicos de la región a la cual pertenecía. En los primeros años, la capacitación de los promotores se hacía a la par de la de los delegados zonales o formadores y alrededor de temas como: Universo vocabular, Doctrina Social de la Iglesia, metodologías de trabajo social o animación o bien la participación a eventos educativos, viajes etc. La alfabetización por radio finaliza en 1982, dado el creciente proceso de descentralización de la acción de INCUPO en las provincias. Se institucionalizan un CECAL NEA y NOA, por lo que no existe un equipo institucional de educación sino capacitadores en cada equipo provincial que tienen sus encuentros y dos referentes, miembros del equipo de servicios. Esta intencionalidad de la intervención educativa desde la comunicación ha procurado:

Potenciar identidades y construir un proyecto común. Con nuestra intervención educativa buscamos rescatar, potenciar y hacer visible las identidades de personas, grupos y familias rurales pobres (campesinas y aborígenes). Pero ahora también buscamos hacer visible la identidad de Incupo: ¡Somos actores sociales! Buscamos la inserción política de dichas comunidades rurales en la sociedad. Y nos sentimos constructores y protagonistas de una propuesta de desarrollo que queremos sea viable en el actual contexto. (Documento inédito “Proceso educativo en INCUPO”, 2005: 18)

Iniciado el período democrático argentino en 1983, el panorama económico-social heredado consta de un incremento de los problemas sociales, una deuda externa

impagable y una balanza de pagos que llevan a un desborde inflacionario. La década del '80 es definida por una redistribución del ingreso que beneficia a los sectores de la oligarquía financiera nacional e internacional, en detrimento de la masa asalariada del país aquejada por la caída de los niveles de ingreso y la pérdida de puestos de empleo.

Hacia fines de los 80 asistimos a una hiperinflación que, siguiendo a García Delgado (1996: 55) nos remite a una "violencia monetaria", reduciendo salarios, consumo y producción. Las demandas populares comienzan a decepcionarse de la política y se inclinan a la participación en otras formas asociativas, que se vinculan a lo socio-cultural, tales como las organizaciones no gubernamentales y fundaciones, ante el vacío de políticas sociales desde lo estatal. Sumado a esta apatía de la ciudadanía con respecto a la política, se produce a fines de los '80 movilizaciones denominadas estallidos sociales, tales como saqueos y barriadas. En esta etapa continúa la educación permanente, progresiva y reflexiva con los Modos operativos A, B y C. y comienza a desarrollarse un proceso de descentralización promovido desde los equipos provinciales que se acentúa en la década de los 90.

Sentidos de los y las integrantes de INCUPO

Las prácticas de comunicación comunitaria y educación popular implementadas a través de los centros radiofónicos de INCUPO tenían como propósito fundamental, según sus integrantes, establecer un espacio de expresión para las comunidades campesinas e indígenas del norte argentino, permitiéndoles "recuperar su voz". Los entrevistados expresaron que los centros radiofónicos de INCUPO tuvieron ese sentido fundamental:

que la gente tome en sus manos el medio de comunicación y diga lo suyo, exprese lo suyo, ese es el objetivo principal. Yo siempre digo que, o sea, mucha gente dice "queremos ser la voz de los que no tienen voz" y nosotros transformamos eso diciendo "queremos que los que no tienen voz la recuperen" que la recuperen, no ser nosotros la voz sino que ellos recuperen su propia voz y por eso nuestras notas incluían (hablo en pasado porque el Acción ya no existe más) incluían muchos centímetros de los propios testimonios de las personas, a veces tanto que, periodísticamente, la nota por ahí perdía un poco de atractivo porque era mucho lo que la gente decía.

(Entrevista N° 16, Luis 16/11/22, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco)

Estos sentidos de INCUPO se observan en que:

nos interesa que las organizaciones, los sectores populares que acompañamos ellos recuperen la voz, recuperen la palabra, no queremos hablar por ellos, queremos que ellos retomen la palabra si es que en algún momento la perdieron o se la quitaron, entonces para eso lo que hicimos en un momento dado era capacitar comunicadores campesinos y comunicadores indígenas. (Entrevista N° 3, Luis 03/12/2020, Comunicador en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco)

A partir de los relatos de las entrevistas se va evidenciando que la estrategia principal de este período será la de la educación radiofónica acompañada y complementada por la Educación interpersonal:

La verdadera comunicación es un ida y vuelta, todos somos emisores así como todos somos educadores y todos somos emisores y receptores como los educandos y los educadores. El esquema en lugar de ser de arriba para abajo es horizontal, de izquierda a derecha y de derecha a izquierda. Ese es el sentido de la comunicación que en INCUPO, desde un principio, se impulsa, se promueve porque es la única manera en que las personas se pueden verdaderamente desarrollar como tales. (Entrevista personal, N°7, 15/09/2021, Luis, Comunicador de INCUPO, Chaco)

De esta manera, en las entrevistas surgen que uno de los principales objetivos de los centros radiofónicos era permitir que las comunidades campesinas e indígenas "recuperaran su voz". Se enfatiza que no se trataba de hablar en nombre de estas comunidades, sino de empoderarlas para que pudieran expresar sus propias vivencias y preocupaciones:

tuve experiencia con gente de la periferia de la ciudad, los centros radiofónicos se hacían con gente de la periferia, se detectaba dónde estaba el coordinador del grupo y bueno, ese era el que nos ayudaba a dar la clase. La guía era el libro más la radio, se reunían a la hora del programa y la radio era la guía y se hacía la apoyatura para que

los otros aprendan. (Entrevista N°11, 11/03/2022, Amalia, Educadora, 1978-1982, Chaco)

Se reconoce así que los centros radiofónicos eran vistos como herramientas para empoderar a los sectores populares, especialmente a través de la capacitación de comunicadores campesinos e indígenas. La idea era que estas comunidades pudieran asumir un papel activo en la comunicación y la defensa de sus intereses. “Incupo ponía a disposición sus medios de comunicación en función de que el sector tome la palabra” (Entrevista N° 10, 04/03/2022, Ernesto, Ingeniero Químico, 1994, Corrientes). Por consiguiente, se destaca que los centros radiofónicos permitieron la inclusión de voces que eran excluidas de los medios de comunicación convencionales. Las comunidades campesinas e indígenas, que a menudo eran marginadas en los medios tradicionales, encontraron un espacio donde sus historias y perspectivas eran valoradas y visibles. En este sentido

la postura era que realmente la gente tuviera la posibilidad de tener su propio medio, que se reflejara su propia cultura (...) lo que aflora es el protagonismo que asumieron tanto mujeres como varones de las comunidades indígenas como las comunidades campesinas y algunos líderes, surgieron líderes muy importante que antes no levantaban en la voz. (Entrevista N°4, 07/04/2021, Antonia, Comunicadora en INCUPO, 1972-2007, Reconquista).

En definitiva, podemos decir que los sentidos atribuidos a la práctica de los centros radiofónicos de INCUPO se centran en la autonomía y empoderamiento de las comunidades, la promoción de la inclusión y la visibilización de voces marginadas, y la importancia de dar espacio a los testimonios directos de las personas. Estos sentidos reflejan la misión de INCUPO de promover la comunicación comunitaria y la educación popular en el contexto del Gran Chaco argentino.

Conclusiones

En este artículo, nos hemos propuesto explorar y analizar los procesos que influyeron en la construcción de INCUPO, una organización argentina dedicada a la comunicación comunitaria y la educación popular en el Gran Chaco. Nuestro enfoque se centró en las prácticas, estrategias y sentidos desarrollados por los y las integrantes de INCUPO en la implementación de los centros radiofónicos de alfabetización en esa región.

Descubrimos que la incidencia de los procesos latinoamericanos desempeñó un papel crucial en la creación de INCUPO. Estos procesos, que incluyen las radioescuelas de Colombia, los movimientos religiosos con la teología de la liberación y las prácticas educativas de Paulo Freire, contribuyeron a la concepción de una comunicación más participativa y comunitaria en lugar de una comunicación unidireccional.

En cuanto a las prácticas y estrategias en los Centros Radiofónicos de INCUPO, encontramos que fueron esenciales para promover la educación popular y el derecho a la comunicación en el Gran Chaco argentino. Estas prácticas se caracterizaron por una comunicación horizontal y bidireccional, donde educadores y educandos actuaron como emisores y receptores. Esto permitió una interacción constante y un flujo de conocimiento recíproco. La elección de la radio como medio de comunicación resultó eficaz para llegar a comunidades dispersas en una región geográficamente desafiante.

Los sentidos de esta práctica de comunicación comunitaria y educación popular se basaron en la convicción de que la educación y la comunicación son herramientas esenciales para el desarrollo de las comunidades. INCUPO se fundó en respuesta a la marginación extrema que enfrentaban diversas comunidades en el norte argentino, y su enfoque se centró en empoderar a estas comunidades para que tomen la palabra y expresen sus propias realidades, en lugar de que otros hablen por ellas.

La experiencia de INCUPO ha puesto de manifiesto la importancia de la radio como herramienta de comunicación comunitaria y educación popular, alineándose con las visiones de María Cristina Mata (1998) y Claudia Villamayor (2015), quienes destacan la radio como una relación comunicativa y un hecho cultural que fomenta la construcción de sentido social y la formación de comunidades.

La relación entre comunicación y educación, influenciada por la praxis de educación popular de Paulo Freire, ha sido un componente fundamental de la labor de INCUPO. La comunicación se ha entendido como una relación dialógica y relacional (Prieto Castillo, 1998), y los medios se han reubicado dentro de un proyecto pedagógico más amplio.

De esta manera, a través de los Centros Radiofónicos, INCUPO logró llevar adelante prácticas que promovieron la participación activa de las comunidades y la promoción de sus derechos. Estos hallazgos resaltan la importancia de la educación

y la comunicación como motores de cambio social y desarrollo en contextos de marginación. Por esto, como lo expone Villamayor (2015) estas prácticas de comunicación y educación popular fueron clave para los movimientos campesinos y aborígenes que se fortalecen posteriormente en el escenario de lucha por la palabra, el reconocimiento y los espacios de poder.

Asimismo, los sentidos de estas prácticas se centraron en ofrecer un espacio comunicacional a las comunidades rurales que carecían de acceso a los medios de comunicación y en proporcionar herramientas de comunicación que favorecieran la calidad de vida, el desarrollo sostenible y la conciencia de los derechos ciudadanos.

Bibliografía

- ALFARO MORENO, R. (2000). "Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones". *Razón y Palabra* 18. <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n18/18alfaro.html>
- CABRAL, M. C. (2013). "Aportes de la comunicación popular al Buen Vivir." *Tram[pl]as de la Comunicación y la Cultura*; 75. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/34418>
- CÁMPORA, E (2022) "Impronta disciplinar y construcción de conocimientos antropológicos: límites y potencialidades para las agendas interdisciplinarias". Actas de las X Jornadas de Investigación en Antropología Social Santiago Wallace.
- CARRANZA GARZÓN, A. (2010). Acción Cultural Popular: Crónicas De Una Historia No Contada. Trabajo de Grado para optar por el título de Comunicadora Social Periodismo. Pontificia Universidad Javeriana Comunicación y Lenguaje Comunicación Social, Bogotá. https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5520/tesis_533.pdf
- DE DIOS, R. y C. VIGIL. (1985). "Diagnóstico participativo de comunidades: La experiencia de INCUPO". *Revista Chasqui* 14. Ecuador: CIESPAL. DOI: <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i14.1791>
- DOCUMENTO INTERNO (2005). El proceso educativo en Incupo – 1970 - 2005

- FASANO, P. (2011). Cambio de estilo. Tesis de Doctorado, Universidade Federal do Rio Grande Do Sul.
- FASANO, P. y ROQUEL, I. (2015). "Comunicación comunitaria: un proyecto en busca de definiciones". *Actas de Periodismo y Comunicación*, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016.
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62617/Documento_completo.pdf?sequence=1
- FREIRE, P. (2014). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI.
- GARCÍA DELGADO, D. (1996). *Estado y Sociedad*. Buenos Aires: Ed Norma.
- GARDELLA, M. (2021). De "Juntos podemos" a "Seguimos educando". De los 50 años de INCUPO a los 100 años de la radio. *VIATOR Revista Científica de Comunicación desde los bordes* 7. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Jujuy.
- GEERTZ, C. (2006). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- GRAMAJO, G. (1995). Cultura y Acción social: Estilo de comunicación del Periódico Acción de INCUPO. Indicios para el estudio de un periódico popular como espacio comunicacional genuino. Tesis de grado. Universidad Nacional de Tucumán.
- GUBER, R. (2016). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Buenos Aires: Siglo XXI ed.
- HUERGO, J. (2006). "Comunicación/Educación. Un campo de posibilidades". *Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura* 44.
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/32927/Documento_completo.pdf?sequence=1
- KAPLÚN, G. (2007). "La Comunicación Comunitaria". *Medios de comunicación: El escenario iberoamericano-Tendencias* 07: 311-321. Buenos Aires: Planeta.
- KEJVAL, L. (2009). *Truchas*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- MARTÍN BARBERO, J. (2004). *Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- MARTÍN BARBERO, J. (2010). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Anthropos.

- MATA, M. C. (2006). "Comunicación y ciudadanía. Problemas teóricos de su articulación". *Fronteiras* 8 (1)
https://perio.unlp.edu.ar/catedras/ecal/wp-content/uploads/sites/194/2020/09/mata_cristina_com_y_ciudadania_0.pdf
- MATA, M. C. (2011). Comunicación popular: continuidades, transformaciones y desafíos. *Oficios terrestres*, 1(26).
- MENDIZABAL, N. (2006). "Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa". En *Estrategias de investigación cualitativa* coordinado por Irene Vasilachis de Gialdino, 65-103. Barcelona: Gedisa.
- NADALICH, M. (2014). Análisis comunicacional de la publicación Acción del Instituto de Cultura Popular (INCUPPO), construcción y abordaje del Área Aborigen. Tesis de grado. Facultad de Ciencias de la Educación. Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Nacional de Entre Ríos.
- HERNÁNDEZ A. y M. MARCHESI. (2008). "60 años de la radio popular y comunitaria en América Latina: historia, incidencia y prospectiva". *Comunicación, Estudios venezolanos de comunicación*. Centro Gumilla, Venezuela.
<http://64.227.108.231/PDF/COM2008144.pdf>
- OROZCO, G. (1997). "La perspectiva cualitativa". En *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*, 67-93. México: IMDC.
- PARRA RINCÓN, J. (2019). El proyecto nacional de Acción Cultural Popular (1949-1975): una visión desde los conceptos. Tesis de grado. Universidad Pedagógica Nacional Facultad de Humanidades. Bogotá.
<http://repositorio.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/11570/TE-23806.pdf>
- PRIETO CASTILLO, D. (1998). "Comunicación educativa en el contexto latinoamericano". *Intervención Psicosocial* 7 (3): 329-345.
- REGUILLO, R. (2004). Los estudios culturales. El mapa incómodo de un relato inconcluso. Aula abierta. Lecciones básicas. Portal de la Comunicación, del Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona.
https://incom.uab.cat/portalcom/wp-content/uploads/2020/01/16_esp.pdf

- SEGURA, M. S. (2011). Las disputas por democratizar las comunicaciones. Las tomas de posición de las organizaciones sociales (Córdoba, 2001-2009) Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de Buenos Aires.
- URANGA, W. (2007). "Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales". <http://wuranga.com.ar>
- VILLAMAYOR, C. (2015). "Estudios de comunicación popular. Teorizar es intervenir". En *Voces abiertas: comunicación, política y ciudadanía en América Latina*, dirigido por Florencia Saintout y Andrea Varela, 215 – 241. Buenos Aires: CLACSO.
- VINELLI, N. y C. Rodríguez Esperón (2004). *Contrainformación*. Ed. Continente.
- WILLIAMS, R. (2009). *Marxismo y Literatura*. Buenos Aires: Ed. Las Cuarentas.

Acceso a internet en comunidades indígenas del norte de Salta, Argentina.

Internet access in indigenous communities in the north of Salta, Argentina.

María Florencia Ares

Docente e investigadora de la Universidad Nacional de Salta en la Licenciatura en Comunicación Social de la Sede Regional Tartagal. Licenciada en Sociología (UNCuyo). Miembro de la Red Argentina de Investigadorxs de Comunicación y Cultura con Enfoque en Derechos (RAICCED). Integrante del Proyecto de Investigación CIUNSA Tipo A sobre derechos digitales y tecnodiversidad. Correo-e: floren_flo@hotmail.com

Emiliano Venier

Docente e investigador de la Universidad Nacional de Salta en la Carrera de Comunicación Social. Docente y miembro del Comité Académico de la Maestría en Problemáticas Contemporáneas de la Comunicación de la Universidad Nacional de Jujuy. Miembro de la Red Argentina de Investigadorxs de Comunicación y Cultura con Enfoque en Derechos (RAICCED). Director del Proyecto de Investigación CIUNSA Tipo A sobre derechos digitales y tecnodiversidad. Licenciado en Comunicación Social (Universidad Nacional de Córdoba), Magister en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales (Universidad Nacional de La Plata), Doctor en Ciencias Sociales (Universidad Nacional de Jujuy). Correo-e: venieremiliano@hum.unsa.edu.ar

Fecha de Recepción: 26/07/2023 - Fecha de aprobación: 20/09/2023

Cómo citar: ARES, M. F. y VENIER, E. (2023). Acceso a internet en comunidades indígenas del norte de Salta, Argentina. *Revista Argentina de Comunicación* 11(14), 181-211.



Resumen

El trabajo constituye un acercamiento a la relación de las comunidades indígenas del norte de la provincia de Salta relevando diferentes dimensiones que configuran el derecho al acceso a internet. En esta investigación aplicamos la categoría Accesibilidad derivada de los principios de UNESCO para la Universalidad de Internet que incluye cobertura, conectividad, calidad, asequibilidad y equipamiento. Para contextualizar el estudio también se recuperaron las políticas públicas encaradas por el Estado para garantizar la universalidad en el acceso en el país y en las poblaciones indígenas. Otro aspecto relevante para el estudio es visibilizar los modos en que se expresan las demandas y los posicionamientos de los pueblos indígenas en relación con la internet y las experiencias desarrolladas en las comunidades del área de estudio para superar las desigualdades digitales y promover el acceso a los derechos económicos, sociales y culturales a través de la internet.

Palabras clave: Derechos digitales; acceso a internet; redes comunitarias; poblaciones indígenas.

Abstract

This paper constitutes an approach to the relationship of the indigenous communities of the north of the province of Salta, highlighting different dimensions that configure the right to access to the Internet. In this research we apply the category Accessibility derived from the UNESCO principles for Internet Universality, which includes coverage, connectivity, quality, affordability and equipment. In order to contextualize the study, we also recovered the public policies implemented by the State to guarantee universal access in the country and in indigenous populations. Another relevant aspect of the study is to make visible the ways in which the demands and positions of indigenous peoples are expressed in relation to the Internet and the experiences developed in the communities of the study area to overcome digital inequalities and promote access to economic, social and cultural rights through the Internet.

Keywords: Digital rights; internet access; community networks; indigenous populations.

1. Introducción

En la provincia de Salta, Argentina, el acceso a internet es significativamente menor y más precario en las poblaciones indígenas que en las no indígenas. La presencia de computadoras y dispositivos conectivos es menor en hogares indígenas que en hogares no indígenas. En los territorios de comunidades indígenas la velocidad de conexión es más angosta e inestable. Estas brechas no son solo digitales, responden a desigualdades estructurales históricas (Segura, 2021) que se vienen profundizando en los últimos años con la expansión de los usos de la internet. En este contexto el acceso a Internet se volvió un medio necesario e imprescindible, por ejemplo, para acceder a diversas políticas públicas. Esta digitalización del gobierno, que como principio busca ampliar y facilitar el acceso a derechos, no ha considerado en su implementación las condiciones, recursos y capacidades de conectividad a internet en los territorios habitados por las comunidades indígenas del norte argentino lo que ha contribuido a profundizar las asimetrías sociales y económicas¹.

La provincia de Salta alberga catorce naciones originarias de América cada una con sus propias características identitarias. Un número importante de esa población mantiene prácticas tradicionales de existencia en más de quinientas comunidades indígenas² distribuidas por todo el territorio provincial, particularmente en áreas periurbanas y rurales. El noreste de la provincia contiene más de 50% del total de las comunidades y constituyen el territorio con mayor cantidad de población

¹ Ver noticia “Wichís salteños no recibieron el abono de ANSES por falta de internet.” Disponible en <https://viapais.com.ar/salta/1828194-wichis-saltenos-no-recibieron-el-abono-de-anses-por-falta-de-internet/> Consultada el 30/9/2022

² Según el Registro de comunidades indígenas con personería jurídica del Instituto Nacional de Asuntos Indígenas. Datos obtenidos de <https://datos.gob.ar/dataset/justicia-listado-comunidades-indigenas> Consultado el 12/9/2022

indígena de toda la Argentina y el mayor porcentaje de hogares con Necesidades Básicas Insatisfechas.

Entre esas necesidades básicas hoy debemos incluir el acceso internet entendiendo que la conectividad constituye un catalizador para el desarrollo social, cultural y económico y una herramienta para garantizar los derechos humanos y los derechos fundamentales. Pero en ese marco de desigualdades mencionadas, la internet deja de asumir su apuesta democratizadora, incluyente y promotora del desarrollo para advenir un factor de exclusión que agudiza las asimetrías que se expresan en la región.

En las comunidades relevadas donde hay acceso a internet las posibilidades de aprovechar las tecnologías digitales para mejorar sus condiciones materiales resultan insuficientes ya que no se cuenta con acceso regular de alta velocidad ni dispositivos adecuados. Aquí se vuelve relevante el concepto de conectividad significativa de la Alianza para una Internet Asequible (A4AI, por sus siglas en inglés) ya que, aunque en las estadísticas se afirma que el 85% de la población usa internet³, de acuerdo con la definición actual de acceso a Internet de la Unión Internacional de Telecomunicaciones UIT, cientos de miles carecen de la conectividad significativa que necesitan para aprovecharla en todo su potencial. En términos de infraestructura, el alcance y la calidad del acceso a internet que asegura una conectividad significativa es consecuencia de las políticas de banda ancha (A4AI, 2022): los operadores comerciales de internet no encuentran rentabilidad para invertir en la conexión de última milla en ciertas poblaciones y el estado no cuenta con los recursos necesarios para suplirlo.

Las inequidades ponen en suspenso las expresiones de principios y voluntades suscritas por los Estados en los documentos y declaraciones como lo comprometido en la Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información para desarrollar capacidades en uso de TIC para pueblos originarios y promoción del desarrollo de contenidos en idiomas indígenas (UIT-WSIS, 2006). En un sentido similar la Declaración de Buenos Aires de la Conferencia Mundial para el Desarrollo de las Telecomunicaciones (WTDC por sus siglas en inglés) desarrollada en el año 2017,

³ Fuente *Digital Development Dashboard* ITU Disponible en <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Dashboards/Pages/Digital-Development.aspx> Consultada el 12/9/2022

reconoce que es necesario alcanzar el objetivo de la integración en el ámbito digital propiciando y facilitando el acceso universal a las TIC incluyendo a los pueblos indígenas⁴. La postergación de esta integración implica un retraso para alcanzar las metas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fijados por la Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas⁵.

Pero más allá de las declaraciones de los organismos, las organizaciones de los pueblos indígenas afirman el derecho a la comunicación y los derechos digitales bajo formas de apropiación de acuerdo con las particularidades de sus culturas e identidades. Ese sentido de la comunicación es puesto de manifiesto una y otra vez por referentes de los pueblos originarios y, si se lo aplica a la apropiación de recursos de internet, puede abrir la oportunidad para que las cosmotécnicas⁶ de los pueblos indígenas enriquezcan el ecosistema digital. Imprimir esta mirada político-cultural sobre la técnica permite integrar las tecnologías digitales a otro fin, esto es diversificar los usos y los fines de lo digital, una tecnodiversidad en términos de Yuk Hui (2020). De este modo, es posible superar la posición dicotómica de la tecnofobia y la tecnofilia, ya que el objeto técnico no sería en sí mismo amenaza o salvación, sino que depende de la cosmotécnica en la que se inscribe el objeto y la relación que entabla con la naturaleza.

⁴ Declaración de Buenos Aires. Conferencia Mundial de Desarrollo de las Telecomunicaciones (ITU-WTDC) Buenos Aires, 2017. "Las TIC para los Objetivos de Desarrollo Sostenible". https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/md/14/wtdc17/c/D14-WTDC17-C-0117!!PDF-S.pdf Consultada el 29/9/2022

⁵ Resolución A/70/1 consultada el 12/9/22 en <https://daccess-ods.un.org/tmp/8466198.44436646.html>

⁶ El filósofo chino Yuk Hui (2020) propone la noción de cosmotécnica para rebatir la idea de un solo modo de expansión y uso de las tecnologías y reconocer las diferentes relaciones con la técnica que pueden experimentarse desde las diversas cosmovisiones y culturas. Para Hui la tecnología es un universal, pero no un universal en abstracto, sino que es una categoría universal que se individua a partir del contexto, de lo local, es decir que varía de acuerdo con los fines y al medio en el que se está involucrando esa tecnología. El término cosmotécnica alude a dos dimensiones de la partícula "cosmo": de un lado refiere a la diversidad o pluralidad de las tecnologías; por otro lado, también la aplica a la cosmología o la narrativa tecnológica que establece vínculos entre naturaleza, mitología y tecnología.

La tensión resulta de especial relevancia, pues en un contexto donde las políticas públicas para asegurar la conectividad en áreas aisladas resultan insuficientes, la sociedad civil ha asumido un rol activo desarrollando embriones de modelos complementarios de conectividad que, si bien adolecen de una regulación acorde (ISOC, 2018; NIC Argentina 2019), resultan estimulantes en términos de posibilitar el acceso a poblaciones desconectadas, pero sobre todo como experiencias singulares de gobernanza de internet.

2. Enfoque metodológico y conceptual

La investigación⁷ plantea analizar las condiciones de acceso a internet en las comunidades indígenas del norte argentino asumiendo la perspectiva de los derechos humanos como grilla analítica. Para ello, se retoman los principios de acceso, pluralidad, diversidad, participación y equidad que sostienen la comunicación como derecho humano (MacBride, 1980) y que en el contexto latinoamericano también se aplica al entorno digital involucrando tanto al acceso y uso de las tecnologías de la digitalización y la conectividad mismas, como a la producción, acceso y gestión de datos privados y públicos (Segura, 2021; Bizberge y Segura, 2020). En sentido amplio, los Derechos Digitales implican la protección y realización de derechos existentes ya consagrados en el sistema internacional de Derechos Humanos y en el sistema interamericano (que aplica para Argentina) en el contexto de las nuevas tecnologías digitales y de conectividad (OEA, 2011 y 2017;

⁷ Esta investigación fue realizada con el apoyo del Programa Líderes 2.0 del Registro de Direcciones de Internet de América Latina y Caribe (LACNIC). Los puntos de vista y opiniones expresados en este informe son los del autor y no reflejan necesariamente la política o posición oficial de LACNIC.

El planteo metodológico ensayado responde en parte a definido en el Proyecto de Investigación Plurianual (PIP) denominado “Derechos a la comunicación, la cultura y digitales en Argentina. Cambios y desigualdades durante y después de la pandemia, el aislamiento y el distanciamiento obligatorios” que es coordinado por la Dra. María Soledad Segura y que tiene como objetivo relevar desigualdades, los obstáculos y las políticas para garantizar el acceso a los servicios y bienes tecnológicos digitales durante la pandemia de COVID-19 en todas las regiones del país.

CIDH/RELE, 2017). En particular, los derechos digitales abarcan los derechos de acceder, usar, crear y publicar todo tipo de información por medios digitales, y también los de acceder y utilizar dispositivos electrónicos y redes de telecomunicaciones (Bizberge y Segura, 2020).

Para encuadrar el estudio retomamos algunas de las definiciones promovidas por UNESCO (Souter y Spuy, 2019) desde donde se plantea que la universalidad de internet se alcanza cuando se cumplen cuatro principios identificados como DAAM: D) internet respetuosa de los Derechos Digitales y los Derechos Humanos; A) Abierta a todas las personas; A) Accesible y asequible en relación a aspectos técnicos, económicos y sociales; y P) que contemple la Participación de múltiples actores como gobiernos, sector privado y sociedad civil (*multi stakeholder*). Para analizar el principio de acceso a internet, nos remitimos a las posibilidades de lograr una conectividad significativa que implica calidad, asequibilidad, estabilidad y velocidad de la conexión en las poblaciones.

El análisis de las condiciones de acceso a internet involucró diversas operaciones metodológicas. En primer lugar, la elaboración de una grilla de indicadores que permitieran dar cuenta de la dimensión de las desigualdades en el acceso a los derechos digitales en las poblaciones indígenas los cuales abarcaron: 1) la cobertura del servicio de internet; 2) conectividad a la infraestructura de conectividad existente (fija, móvil, satelital) incluyendo la cantidad de prestadores; 3) la calidad de los servicios (velocidad y estabilidad del servicio revisando el promedio de velocidad de bajada y rangos de velocidad); 4) la asequibilidad del servicio de internet (costos de los servicios en relación a los ingresos de los hogares); 5) identificación de los tipos de dispositivos y tecnologías de conexión.

Una vez definidos los indicadores se recopiló información estadística, documentos y datos abiertos de fuentes gubernamentales, académicas y empresariales. Paralelamente se realizó un trabajo de relevamiento en el territorio para complementar la información documental y para reconstruir las experiencias de usos y apropiaciones de las TIC en las comunidades indígenas. Para esa tarea, se aplicaron entrevistas a miembros de las comunidades y referentes de las organizaciones que trabajan en el territorio; y la observación de usos de dispositivos y registro de cobertura y calidad de conectividad en diversas comunidades del área de estudio.

3. La relación de los pueblos indígenas de Salta con las TIC

Al relevar las experiencias de apropiación y usos de las TIC por parte de pueblos indígenas se advierte que constituyen herramientas estratégicas para mejorar las condiciones de vida en reconocimiento de los modos de existencia de acuerdo con su identidad cultural. Desde sus cosmotécnicas, realizan apropiaciones de TIC con fines diversos como fortalecer los lazos identitarios y comunicativos hacia dentro de sus comunidades o con otras organizaciones indígenas, para visibilizar conflictos en sus territorios, para vincularse con instituciones públicas o con otros mercados aprovechando la inmediatez y simultaneidad de la interacción que facilitan los medios de comunicación en el entorno digital.

En este sentido podemos mencionar entre los antecedentes, experiencias de gestión de medios comunitarios o con identidad indígena como la FM “La Voz Indígena” en Tartagal, FM Lhapakas 95.1 en Santa Victoria Este, FM OCAN 88.3 en Nazareno o FM Libertad 89.3 en el Valle de Luracatao, por nombrar algunas en la provincia de Salta en los que se pone en juego el sentido político de la comunicación. Aquí podemos destacar la participación que tuvieron las organizaciones de los pueblos originarios en el proceso de deliberación e implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual⁸ sancionada en la Argentina en el año 2009 (Kejval, 2014; Doyle, 2017).

En el contexto de la pandemia del COVID-19, los medios de comunicación comunitarios desempeñaron un rol social, sanitario y pedagógico fundamental para las poblaciones más alejadas; pero sin dudas la mayor relevancia y centralidad la tuvo la conectividad a internet que devino un recurso excluyente para el acceso a

⁸ Desde el 2009 las organizaciones indígenas poseen un representante en el Consejo Federal de Comunicaciones y además se creó una Mesa Interinstitucional para articular políticas de radiodifusión para pueblos indígenas que es integrada por el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas –INAI-, integra junto al Ente Nacional de Comunicaciones – ENACOM-, la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria – INTA-, y Foro Argentino de Radios Comunitarias –FARCO-, se elaboró una “Guía para la presentación de autorizaciones de Pueblos Originarios”. Esta guía constituye una herramienta que indica -paso a paso- cómo descargar, trabajar y cargar los formularios de solicitud de autorización para Pueblos Originarios.

derechos fundamentales. En este contexto, los usos de la red social Facebook y las aplicaciones de mensajería tuvieron una importante expansión en las comunidades constituyendo una herramienta de comunicación, pero también de fortalecimiento de la identidad cultural con publicaciones en lenguas indígenas.

En virtud de los usos y requerimientos de internet y de las desigualdades en el acceso, las organizaciones de pueblos originarios comenzaron a denunciar la situación en relación con la falta de infraestructura de conectividad en sus territorios. Un caso visible fue el reclamo realizado por las Comunidades y Organizaciones Kollas Autónomas de la Provincia de Salta mediante un comunicado (Gaspar, 2020) en el que solicitaron al gobierno provincial que tome medidas para asegurar la conectividad necesaria para la continuidad educativa.

La demanda por el acceso a internet comienza a percibirse como una tecnología apropiada para acompañar las apuestas por la preservación del territorio ancestral. Tal es el caso del proyecto implementado por la comunidad Kolla Tinkunaku, mediante el cual se instaló una antena de internet inalámbrica que brinda la conectividad necesaria para fortalecer el control comunitario de bioseguridad del territorio permitiendo además contar con un sistema de alerta ante las crecidas de los ríos en los períodos de lluvia. La conexión está al servicio de los pobladores del paraje La Junta, en el departamento de Orán, provincia de Salta, para que puedan tener una mejor comunicación de internet sin la necesidad de bajar a la ciudad, facilitando de este modo las comunicaciones de urgencia para los 4 parajes aledaños⁹.

Una experiencia que da cuenta de la diversidad de apropiaciones tecnológicas es el desarrollo de una aplicación que traduce del idioma español al idioma originario wichí. El desarrollador es un joven de 17 años llamado Mario Maximiliano Sánchez que es miembro de la comunidad wichi de General Mosconi y que ha podido desarrollar capacidades tecnológicas¹⁰ a pesar de vivir en un entorno rural sin

⁹ <https://ticca.agro.uba.ar/noticias/nueva-antena-de-internet-para-apoyar-el-acceso-al-territorio-y-los-controles-de> Consultada el 28/9/2022

¹⁰ En una de las tantas entrevistas que el joven concedió a los medios de comunicación, comenta las motivaciones e intereses por las tecnologías: “Desde los 14 años tuve ganas de aprender. Desde que tuve mi primer celular, me concentré en arreglar los celulares, me gustó, y cuando cumplí 15 me encantó la idea de crear

acceso a una conectividad significativa. La aplicación viene a resolver parte de los profundos problemas de discriminación que sufren los hablantes de la lengua originaria por parte de las instituciones del Estado.

Otra iniciativa de apropiación tecnológica por parte de comunidades indígenas del departamento San Martín es el Proyecto “Chisnai”, palabra Wichi que en español significa “Las mujeres todas”. En esta iniciativa, la asociación “Voces de barro” trabaja con un grupo de mujeres de las comunidades Pérez y Chiripa que se organizaron para desarrollar un emprendimiento de comercialización de artesanías a través de una página en Instagram donde ofrecen los productos. El objetivo es transformar el oficio y el conocimiento ancestral en una salida laboral y, mejorar la calidad de vida de las familias de estas comunidades.

Probablemente las apropiaciones más significativas de las TIC para las comunidades indígenas de Salta sirvan para la visibilización y denuncia de vulneraciones de derechos en el marco de los conflictos por la tenencia de la tierra, de cambio de deforestación o de abusos por cuestiones étnicas. Una de las acciones comunicativas que este año ha logrado propagarse en las redes sociales e impactar en los medios masivos fue la denuncia realizada por mujeres indígenas de una práctica extendida por toda la región del Gran Chaco que, bajo el nombre de “chineo”, naturaliza las violaciones grupales por parte de hombres blancos, criollos o indígenas a las mujeres de los pueblos originarios, incluidas menores de edad. La acción fue activada en Twitter y Facebook con el asunto #BastadeChineo por el Movimiento de Mujeres y Diversidades Indígenas por el Buen Vivir (@mmindigenas) del que participaron 250 mujeres representantes de 20 etnias y busca visibilizar los abusos contra mujeres y niñas denunciando la liviandad con que el Estado ha tratado este crimen aberrante y sistemático¹¹. La activa presencia de la temática en

mi propia app. Empecé con un juego de Tetris, después empecé un juego más en 3D, logré mi juego, pero nunca lo publiqué, lo creaba para mí. Después, porque un médico me dijo que tenía problemas de presión, creé una app que controla los pulsos del corazón”. <https://www.diarionorte.com/209531-salta-tiene-17-anos-y-creo-un-traductor-para-ayudar-a-su-comunidad>

¹¹“Basta de chineo”: piden que las violaciones a niñas y adolescentes de los pueblos originarios sean consideradas crímenes de odio | Página12 (pagina12.com.ar)

las redes y su repercusión en los medios masivos generó una reacción en el gobierno provincial que habilitó protocolos para denuncias y atención de las víctimas.

Lo que podemos advertir en los posicionamientos y en las apropiaciones tecnológicas dinamizadas desde y en las comunidades indígenas, es una apuesta por gestionar las necesidades comunicativas y digitales desviándose de la lógica mercantil y competitiva con que se expande la tecnología en las sociedades no indígenas. Tal como lo expresa Amnistía Internacional (2019) en el documento Soberanía Digital: “los pueblos Indígenas están en las mejores condiciones de aprender a usar las innovaciones y aprovecharlas para crear una sociedad menos competitiva y consumista, con más solidaridad y autonomía en su lugar” (Amnistía Internacional, 2019).

4. Desigualdades en el acceso a internet en las comunidades indígenas de la provincia de Salta

4.1. La brecha de cobertura

La brecha de cobertura es entendida como la posibilidad que una persona pueda consumir o no los servicios ofrecidos por las TIC, es decir “la existencia o intensidad de las señales sobre el territorio para hacer factible el acceso” (Olmedo Neri, 2022:107) o la conectividad. Esta situación en el caso de la provincia de Salta obedece a la falta de inversión pública o privada en la conectividad de última milla, o bien a la inexistencia de infraestructura de conectividad (red de fibra óptica o red de celular) en el caso de las poblaciones y asentamientos más alejados.

De acuerdo con el mapa de cobertura de internet de ENACOM (s.f.-a) en los departamentos de General San Martín y Rivadavia, hay 35 localidades de más de 200 habitantes de las cuales 9 no poseen cobertura de ningún tipo. Cuando se analiza el mapa de cobertura de telefonía 3G y 4G de las empresas que prestan servicios en la región y la red de fibra óptica se advierte que el acceso a internet se encuentra en puntos que coinciden con las localidades ubicadas sobre la ruta

<https://www.pagina12.com.ar/437613-basta-de-chineo-piden-que-las-violaciones-a-ninas-y-adolesce>

nacional Nro 34, en tres puntos de la ruta 81 y uno en la ruta 54, en el resto del territorio que comprende una extensa zona rural no hay ningún tipo de conexión. Las comunidades indígenas que se encuentran próximas a la línea fronteriza con el Estado Plurinacional de Bolivia logran conectarse de manera precaria a través de las empresas de telefonía boliviana pero esa conexión solo les permite realizar llamadas y mensajería¹². De las 311 comunidades indígenas 51 se encuentran fuera de área de cobertura de cualquier servicio de conectividad, 151 están en zonas rurales con conectividad limitada a la red de telefonía móvil de 3G y 4G, y 78 están ubicadas en zonas periurbanas con posibilidad de conectividad móvil, y en menor medida por cable modem. Del total 55 estarían dentro de zonas urbanas con posibilidad de conectividad significativa.

4.2. Conectividad

Según los indicadores de UNESCO (Souter y Spuy, 2019), la conectividad hace referencia a la disponibilidad de redes con suficiente capacidad y confiabilidad para permitir el acceso y uso de Internet. De acuerdo con los datos abiertos publicados por ENACOM (s.f.-b), el promedio nacional de la penetración de internet fijo en los hogares ha tenido un crecimiento de la pandemia pasando de un 63% en el año 2019, 68% en 2020, 74% en 2021. La provincia de Salta experimentó un crecimiento similar a la media nacional, aunque los valores de conexión a internet fija cada 100 hogares se encuentran por debajo del promedio nacional.

En la región analizada la internet fija en las localidades de menos de 10 mil habitantes (que representan el 89% de las localidades de la región) la cantidad de conexiones fijas es insignificante lo que indica un bajo porcentaje de cantidad de conexiones cada 100 habitantes. En cuanto a la penetración de internet fija en los hogares, en el departamento San Martín estimamos 34 conexiones cada cien hogares y en Rivadavia 3 conexiones cada 100 hogares cuando a nivel nacional la cantidad de conexiones es de 74 y a nivel provincial es de 55.

Las tecnologías de acceso constituyen un indicador que determinan la conectividad significativa. De acuerdo con nuestros relevamientos de campo, en las comunidades indígenas hay una mayor incidencia de los accesos a internet por

¹² Disponible en <https://www.tribuno.com/salta/nota/2022-9-18-0-0-0-las-comunidades-indigenas-de-la-puntana-piden-comunicacion> Consultado el 1/10/22

tecnologías móviles lo que le pone un techo en la capacidad de transferencia de datos. En la región analizada las tecnologías más utilizadas son las de telefonía móvil, la fibra óptica y satelital (esta última en las pocas escuelas rurales conectadas por programas del gobierno nacional o provincial). La red 4G está disponible en 23 de las 36 localidades; la internet satelital posee conexiones en 11 localidades (que corresponden con escuelas conectadas por programas del gobierno), el cable módem en 3 localidades y la conexión por fibra óptica está disponible en 15 localidades.

Si analizamos la cantidad de abonos por cada tecnología encontramos que el caso del cable modem y el ADSL (siglas en inglés de Línea Asimétrica de Abonado Digital) sumados representan alrededor del 90% de las conexiones de internet fijo. Esas proporciones en cantidad de accesos se debe a la tecnología de conexión predominante en las 5 ciudades más pobladas del área (Tartagal, Aguaray, Mosconi, Embarcación y Salvador Mazza) y son las que concentran la mayor cantidad de conexiones totales.

Como lo mencionamos en el apartado anterior la mayor desigualdad en el acceso a internet se verifica en las poblaciones rurales y las comunidades indígenas donde la cobertura es limitada o inexistente. En virtud de ello, la conectividad se realiza mediante telefonía celular con un único proveedor de servicio. Pero la situación más común es que se acceda mediante un punto de acceso institucional cedido por organismos gubernamentales, hospitales o escuelas que poseen conexión facilitada por las políticas públicas del gobierno nacional¹³ o por el gobierno provincial. En el caso de las escuelas públicas (la institución estatal con mayor presencia en el territorio) la tecnología de acceso a internet más usada es la satelital provista por la empresa estatal ARSAT mediante el programa Conectividad para escuelas rurales.

¹³ Mediante el proyecto Puntos WIFI de ARSAT se habilitaron conexiones en 21 puntos de localidades salteñas próximas a la REFEFO

<https://www.arsat.com.ar/red-federal-de-fibra-optica/proyectos/puntos-wifi/>.

Mediante el proyecto WiFi País Digital de Jefatura de Gabinete de Ministros se instalaron 32 antenas en la provincia

<https://www.argentina.gob.ar/jefatura/innovacion-publica/servicios-y-pais-digital/wifi-pais-digital>

El dato más descriptivo de la situación de la conectividad en los hogares indígenas lo podemos rescatar de la base de datos de los resultados de las pruebas Aprender 2021 implementadas por el Ministerio de Educación de la Nación, mediante la cual se evalúan los aprendizajes de los estudiantes de 6to grado de todas las escuelas, pero también se incorpora información acerca de algunas condiciones del contexto en el que los y las estudiantes se desarrollan. Tomando esa base de datos desagregamos los establecimientos instalados en las comunidades indígenas¹⁴ y luego analizamos los indicadores de conectividad. Los datos analizados muestran que el 24% de la población indígena menciona contar con servicio de internet en el lugar donde viven. Sin embargo, este dato habría que confrontarlo con la conectividad mediante dispositivo móvil que alcanza al 44% según el mismo relevamiento. A esta conectividad se accede en general mediante compra de paquetes de datos prepagos y no por abono mensual de servicio. Según el informe de la situación de comunidades indígenas frente al COVID-19 de la Provincia de Salta las poblaciones indígenas no acceden debido a la falta de conexión a internet, a la imposibilidad de pagar un servicio de internet, a una conexión estable cuando se logra el acceso, a dispositivos que han ingresado en proceso de obsolescencia o a la disponibilidad de un dispositivo (computadora o celular) para uso y acceso de todos los integrantes del grupo familiar (ICSOH-CONICET-UNSA, 2020). Esa realidad también la hemos podido relevar en las comunidades visitadas para este estudio.

4.3. Calidad

Analizar la desigualdad de acceso a la conectividad implica dar cuenta de las posibilidades de acceso y de la calidad de la conectividad medido en velocidad y estabilidad, valores que están asociados a las tecnologías de acceso: fibra óptica, ADSL, cable módem, Wireless, Satelital, 3G y 4G.

En el chaco salteño la mayor cantidad de acceso a internet se realiza a través de la telefonía móvil, y en el caso de la internet fija se realiza por cable módem, aunque esa tecnología solo tiene presencia territorial en tres localidades del territorio.

¹⁴ Comunidades rurales en los cuales más del 50% de los estudiantes manifiestan ser parte de una familia de pueblo originario.

En internet fija las localidades con una conectividad significativa son las ciudades de Tartagal, Mosconi, Aguaray y Embarcación con un rango de velocidad de bajada que llega a 50 Mbps, en el resto de las localidades con cobertura de internet fija la velocidad máxima de bajada registrada es de 10 Mbps.

En el caso de la internet móvil los registros fueron hechos en territorio con la aplicación móvil Opensignal y los valores en los centros urbanos mostraban hasta 60 Mbps de velocidad de bajada y en el resto de las localidades y comunidades con cobertura las mediciones se encontraban entre 2Mbps y 4 Mbps.

4.4. Asequibilidad

La asequibilidad representa el porcentaje del ingreso que un hogar necesita para el pago de un servicio o la adquisición de un dispositivo que no represente una carga que afecte el acceso a otras necesidades o servicios. Según la UIT¹⁵, el umbral de asequibilidad debería estar dentro del 2% de los ingresos de un hogar.

Para el caso de los abonos a internet, según CABASE Internet Index (2020) para la ciudad capital de Salta ese porcentaje en el año 2019 era del 3% del ingreso promedio de la ciudad por lo cual, teniendo en cuenta los costos de los abonos de internet de aquel año, cerca del 70% de los hogares se encontraba por debajo de ese umbral, es decir que el gasto resultaba significativo. En el año 2021 esa situación se vio modificada ya que según Argañaraz (2021) en el periodo entre marzo de 2020 y septiembre 2021 Argentina fue el país de mayor aumento del precio de abono, pero también de mayor caída del precio relativo del abono a servicio de telefonía e internet: 26,7%. Esa reducción de los precios podría adjudicarse a las políticas públicas del Estado Nacional de regulación de tarifas y por la Prestación Básica Universal y Obligatoria (PBU) pero también por la diversificación del mercado minorista¹⁶. No obstante, esta disminución del precio relativo de los abonos, tal como vimos en el análisis de la conectividad y de la calidad, las desigualdades socioeconómicas condicionan la posibilidad de acceso a

¹⁵ <https://www.itu.int/es/mediacentre/backgrounders/Pages/affordability.aspx> ver citado

¹⁶ Según el registro de ENACOM y de relevamiento en sitios de internet, en la provincia de Salta hay más de 60 prestadores de servicios TIC que ofrecen planes de conectividad a internet.

un servicio de internet fija que habilite una conectividad significativa ya que los niveles de pobreza e indigencia medidos en el segundo semestre del año 2021 alcanzan el 30% y el 5.9% respectivamente de los hogares en la ciudad de Salta y su conglomerado (INDEC, 2022).

Tomando en consideración la situación de trabajo estimamos los ingresos monetarios fijos a partir de calcular las percepciones de las familias a través de los programas asistenciales y de empleo del gobierno nacional. De acuerdo con el relevamiento realizado en diferentes comunidades, la modalidad de acceder a la conexión a internet es mediante la compra de paquetes de datos móviles y no por abono por lo que el gasto de una conectividad básica para un dispositivo móvil en un hogar representaría cerca de un 2% y el 3% de los ingresos.

Para el caso de banda ancha, el abono mensual más económico de conexión por cable modem de 5 Mbps de velocidad, representan el 5% y el 10% de los ingresos totales de una familia indígena.

En el caso de los dispositivos tomamos como referencia los dispositivos conectivos con prestaciones más básicas existentes en el mercado para teléfonos celulares, tablets y notebooks. Una familia indígena debería invertir una tercera parte de sus ingresos para un celular o una tablet básica, y más de todo ingreso mensual para adquirir una computadora.

5.5. Uso y Disponibilidad de dispositivos conectivos

En general el uso más extendido en las comunidades son las aplicaciones de mensajería, redes sociales (casi exclusivamente Facebook) y YouTube¹⁷. Las plataformas de streaming de video o audio por suscripción prácticamente no tienen uso en las comunidades¹⁸.

¹⁷ Según el cuestionario de las Aprender el 20% de los estudiantes respondió que en el último mes había usado redes sociales fuera del horario escolar.

¹⁸ En el cuestionario de las pruebas Aprender, cuando se pregunta si en el hogar hay alguna suscripción a servicios de streaming solo el 2,7% de los estudiantes contestó afirmativamente.

Los datos censales existentes sobre el uso de computadoras en población indígena datan de 2010 (JGM, 2021) y muestran que en la provincia de Salta se ubica entre las tres provincias con las tasas más bajas con 19%.

Los datos analizados de las pruebas Aprender 2021 muestran que en las escuelas rurales con presencia predominante de estudiantes indígenas solamente el 13% mencionó tener una computadora en la casa y el 6% una tablet, mientras que el 44% mencionó tener uno o más celulares en el hogar con conexión a internet y el 54% afirmó poder disponer de un celular para conectarse a internet en caso de necesitarlo.

La realidad observada en las comunidades coincide con esos datos de la encuesta ya que se verifica una muy escasa presencia de computadoras, y sí una penetración creciente del celular como dispositivo principal para acceder a diversos recursos en internet.

Al vincular estos datos con el análisis del punto anterior se podría inducir que la dominancia del celular por sobre otros dispositivos obedece a la mayor asequibilidad.

5. Políticas públicas implementadas por organismos gubernamentales nacionales y regionales para promover el acceso a internet en las comunidades indígenas.

Las políticas en materia de la expansión de infraestructura de conectividad por parte del estado nacional se vieron fortalecidas en el año 2010 con el Plan Nacional de Telecomunicaciones Argentina Conectada (Decreto 1552/2010) que propuso, entre otros objetivos, ampliar la capacidad de conectividad con la construcción de la Red Federal de Fibra Óptica (ReFeFO). En el año 2014 se sanciona la Ley N. 27.078 Argentina Digital, que declara de interés público el desarrollo de las TIC, las telecomunicaciones y los recursos que permiten el acceso a ellas; además postula garantizar la neutralidad de la red y establecer las condiciones para la explotación de las redes. Las políticas emanadas de este marco normativo fueron implementadas desde Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), habilitando programas para extender los servicios de internet y controlar la calidad de la conexión que brindan las empresas. Otro de los aspectos importantes es la creación del Fondo Fiduciario de Servicio Universal integrado con los aportes de los

prestadores de servicios de telecomunicaciones, quienes deben aportar el uno por ciento (1%) de la totalidad de los ingresos devengados por su prestación, netos de los impuestos y tasas que los graven. El Fondo de Servicio Universal otorga Aportes No Reembolsables a prestadores de servicios TIC que ofrecen servicios de internet en zonas de menos de diez mil habitantes (Ley 27.078/2014, art. 21).

En el año 2020, y a partir de las desigualdades que, en términos de conectividad catalizada por la pandemia, el Poder Ejecutivo Nacional lanzó el Plan Nacional de Conectividad “Conectar 2020-2030”¹⁹ para universalizar el acceso a los servicios TIC y los servicios de banda ancha. Para poblaciones que se encuentran distantes de la red de fibra óptica y que no cuentan con cobertura de telefonía móvil, asumieron relevancia los proyectos de ARSAT como Puntos WIFI (ARSAT, 2022a); Wifi en plazas municipales (ARSAT, 2022b), Instalación de Vsats en centros de salud (ARSAT, 2022c) y Conectividad en Escuelas Rurales.

Las políticas mencionadas son de carácter universal. Entre las políticas enfocadas en los pueblos originarios se encuentra el “Programa de Conectividad para Redes Comunitarias en Comunidades Rurales y de Pueblos Originarios Roberto Arias”²⁰ para el despliegue de la infraestructura para el acceso a servicios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) comunitarias que se encuentran conformadas por organizaciones sin fines de lucro.

Para asegurar la conexión, desde el gobierno nacional se implementaron políticas de acceso a dispositivos conectivos. Uno de los programas con mayor impacto fue el Conectar Igualdad que consistió en la entrega de netbooks (computadoras subportátiles tipo Classmate PC) a estudiantes de escuelas primarias y secundarias del país, con el objetivo de reducir las brechas digital, educativa y social en el territorio argentino. Si bien el programa tuvo un gran impacto en todo el territorio, no se propuso una estrategia específica con comunidades indígenas (JGM, 2021) y

¹⁹ Disponible en <https://www.argentina.gob.ar/noticias/se-presento-el-plan-nacional-de-conectividad-conectar> consultado el 10/10/22

²⁰ Res. 799/21 Disponible en <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/246407/20210702> Consultado el 11/10/22

los niveles de apropiación y usos no tuvieron la misma relevancia que en poblaciones urbanas y no indígenas, tal como se mencionó más arriba.

Durante la pandemia se implementó el Programa Conectando con Vos que promueve el acceso a equipamiento para la participación e integración de los sectores en situación de mayor vulnerabilidad social y económica. Mediante este programa se entregaron tablets en diversas comunidades indígenas²¹.

A los efectos de proponer políticas públicas sectoriales, los pueblos indígenas participación en organismos públicos como el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI), Consejo de Participación Indígena (CPI) Consejo Consultivo y Participativo de los Pueblos Indígenas de la Argentina y a nivel provincial el Instituto Provincial de Pueblos Indígenas de Salta (IPPIS). Asimismo, está la figura de representante indígena en el Consejo Federal de Comunicaciones que colabora y asesora en el diseño de la política pública de TIC y de radiodifusión.

6. Iniciativas de despliegue de infraestructura de conectividad en comunidades del chaco salteño

La posibilidad de contar con acceso a internet en las comunidades indígenas, particularmente en aquellas comunidades rurales más aisladas y de condiciones estructurales más precarias, permitiría disponer de herramientas que contribuyan al cuidado de sus territorios, la preservación de la cultura y la lucha por mejorar las condiciones de vida. Sin embargo, el despliegue de la infraestructura de conectividad por parte de los prestadores privados o del estado en esta amplia región del país, parecería no ser prioritaria. Esta situación de desconexión experimentada por las poblaciones de nuestra región es compartida por comunidades rurales e indígenas de América Latina y de otros continentes.

En la búsqueda de soluciones al problema de la desconexión, desde ONGs y Organizaciones Comunitarias se han dinamizado experiencias innovadoras para el montaje y operación de redes de última milla. Son numerosas las iniciativas en las

²¹ Disponible en <https://www.salta.gob.ar/prensa/noticias/saenz-entrego-tablets-a-comunidades-wichi-de-mosconi-y-visito-la-escuela-n4460-de-tartagal-78617>
Consultado el 10/10/22

cuales las comunidades han logrado eludir las fallas de la lógica del mercado y de la insuficiente capacidad del estado mediante el desarrollo de modelos colaborativos, abiertos y participativos en lo que se conoce como Redes Comunitarias.

Conceptualmente este modelo de gobernanza de internet encuentra su definición en la primera Cumbre Latinoamericana de Redes Comunitarias como

“redes de propiedad y gestión colectiva de la comunidad, sin finalidad de lucro y con fines comunitarios; se constituyen como colectivos, comunidades indígenas u organizaciones de la sociedad civil sin fines de lucro, que ejercen su derecho a la comunicación, bajo principios de participación democrática de sus miembros, equidad, igualdad de género, diversidad y pluralidad” (Internet Society Community Networks, 2018).

Bajo estos principios se desarrollan en toda América Latina experiencias para lograr la conectividad como la iniciativa de la Asociación Civil Telecomunicaciones Indígenas Comunitarias (TIC A.C.) mediante la cual 16 comunidades indígenas de Oaxaca, México gestionan de manera comunitaria la primera concesión Social Indígena en la historia de México para administrar y operar redes de telecomunicaciones y radiodifusión autónomas prestando el servicio²².

En la República Argentina el modelo de las redes comunitarias ha sido promovido y acompañado por la organización Altermundi con una apuesta de disputar no sólo el derecho a acceder a internet sino también el derecho a una tecnología que permita construir redes autónomas y descentralizadas gobernadas por las comunidades de manera colaborativa. Bajo este esquema se acompañó la conformación de redes comunitarias de internet en barrios populares y comunidades rurales en todo el país. En la provincia de Salta son tres las iniciativas que ya se encuentran en operación: Lesser Libre, Gallinato Libre y Comunidad Río Salado. En el desarrollo de estas experiencias están involucrados los miembros de las comunidades en articulación con Altermundi y organismos públicos nacionales.

En el caso de la región del chaco salteño son dos las experiencias de redes autónomas que permiten la conectividad de comunidades indígenas: Gran Chaco Nanum Village, promovida desde la Fundación Gran Chaco; Red Comunitaria Misión Grande, desarrollada con el acompañamiento de Altermundi. Ambas iniciativas

²² <https://www.tic-ac.org>

asumen un rol fundamental en la posibilidad de acceso a internet de comunidades indígenas desconectadas y al igual que muchas de las redes comunitarias, enfrentan la dificultad de encontrar un modelo de sustentabilidad que les garantice cubrir los costos de la prestación del servicio y el mantenimiento de los equipos.

6.1. Gran Chaco Nanum Village

Esta iniciativa se implementa en territorios de la provincia de Formosa y Salta. En Salta se implementa en localidades y comunidades criollas e indígenas ubicadas en el área de la Ruta Nacional Nro. 81 entre desde el cruce con la Ruta Nacional Nro. 34 y el límite con la provincia de Formosa.

El proyecto se desarrolla en articulación con numerosas organizaciones: Fundación Gran Chaco, Fundación Avina Argentina y la Asociación Cultural para el Desarrollo Integral (ACDI). Estas organizaciones articulan en una red ampliada con otros actores brindándole soporte. Entre las organizaciones con las que se articula están Matriarca; Fundación Alimentaris, Hábitat para la Humanidad Argentina, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Programa Regional de Formación En Género Y Políticas Públicas (Prigepp) y la Fundación Interamericana (IAF). Las soluciones técnicas se gestionan desde la empresa social SOY RURAL. En el territorio se trabaja con organizaciones locales a las que se las denomina organizaciones Huésped, que en el caso de la provincia de Salta son Centro Ganadero Fortín Dragones, la Casa del Campesino, la Asociación Civil Zonal De Campesinos Los Blancos. Si bien todas las organizaciones huésped son de origen criollo, se realizan articulaciones con comunidades indígenas y con la Asociación Civil TEPEYAC.

Los objetivos a los que apunta el proyecto refieren a la accesibilidad en tanto pretenden facilitar el acceso a las TIC a comunidades del Gran Chaco Americano; la alfabetización digital mediante el desarrollo de conocimientos, capacidades y habilidades en uso de TIC para su bienestar y desarrollo; y la apropiación estratégica contribuyendo a la apropiación, adecuación y utilización de las TIC disponibles y el conocimiento adquirido para el fortalecimiento de las actividades productivas, sociales y comunitarias. Fortalecer a las organizaciones y comunidades para la gestión de las redes de conectividad y la innovación digital.

Como acciones de la iniciativa para el cumplimiento de los objetivos se menciona la adecuación edilicia para la instalación de equipamiento de uso comunitario, la solución de acceso a energía eléctrica a través de paneles solares, adquisición de equipamiento tecnológico, despliegue de redes de conexión a internet de banda ancha en las comunidades al que se encuentran al sur de la ruta Nacional 81; la alfabetización se alcanza a través de talleres y cursos; y para dinamizar los procesos de apropiación estratégica se brinda acompañamiento y asistencia técnica,

desarrollo de aplicativos y software y orientación profesional a las organizaciones comunidades.

A través del proyecto se realiza la instalación de nodos de acceso a internet en las comunidades aisladas de la región del Gran Chaco Americano. Actualmente están en funcionamiento tres centros que funcionan en el casco urbano de las localidades mencionadas y la conectividad se realiza por el tendido de fibra óptica.

Para las comunidades rurales desconectadas ubicadas al sur de la RN 81 se está montando infraestructura de conectividad de última milla llevando internet por enlace aéreo desde los puntos de acceso de la Red Federal de Fibra Óptica.

Se trabaja junto con las organizaciones territoriales en la conformación de redes comunitarias de conectividad que permitan asegurar una conectividad significativa a las poblaciones y comunidades rurales a lo largo de la Ruta 81. Se está trabajando para que las organizaciones comunitarias se registren como Prestadores de Servicios TIC en ENACOM para poder gestionar fondos que el gobierno nacional destina para operadores que despliegan conectividad en localidades desatendidas. Asimismo, como prestadores podrán acceder al mercado mayorista de internet y brindar un servicio con precios más accesibles para las poblaciones rurales.

El esquema de sustentabilidad plantea que las organizaciones tengan las capacidades técnicas y operativas para brindar un servicio básico gratuito de internet por Wifi abierto, y un servicio pago asequible con más velocidad para quienes quieran abonarlo.

Según la presidenta de la Fundación Gran Chaco, las expectativas son que en tres años se logre

“facilitar la interconexión para 40 comunidades actualmente aisladas a través de la conectividad domiciliaria y se impulsará la conformación de 40 empresas de mujeres que prestarán el servicio de internet a sus comunidades” (Resumen de Actualidad, 10 de octubre de 2020)²³.

²³ “Mujeres chaqueñas usan la tecnología para enfrentar el cambio climático” Nota periodística <https://resumendeactualidad.com.ar/nota/3998/mujeres-chaqueñas-usan-la-tecnología-para-enfrentar-el-cambio-climático> Consultada el 5/10/22

Las soluciones técnicas las aporta Sol Rural, una empresa social que realiza el montaje de la infraestructura y capacita a mujeres locales para que ellas presten el servicio en sus comunidades.

6.2. Red Comunitaria Misión Grande.

Esta iniciativa se implementa en las localidades de Santa María y Misión La Paz, Lote 55 y 14 al noreste del Departamento Rivadavia, Provincia de Salta. Las organizaciones que intervinieron en el despliegue de la infraestructura fueron la Fundación Pata Pila y la organización La Poderosa que articulan con una red de organizaciones nucleadas en #InfanciaEnDeuda. El proyecto en el territorio se articula con la Asociación de Comunidades Aborígenes “Lhaka Honhat”. Las soluciones técnicas las aportó la organización Altermundi con la tecnología LibreRouter.

El objetivo que movilizó el proyecto fue facilitar la conectividad a internet a las comunidades indígenas del Lote 55 y 14. Misión Grande es la primera red comunitaria para dar acceso a internet a comunidades indígenas en la provincia de Salta. Tal como se vio en los indicadores de cobertura y conectividad, gran parte del departamento Rivadavia no posee cobertura o posee una conectividad sumamente precaria mediante telefonía móvil. En el caso de las comunidades en las localidades de Santa María y Misión La Paz no hay cobertura de internet de ningún tipo y el área más cercana con cobertura se encuentra a 20 km.

Para llevar conectividad a ese territorio durante el año 2021 desplegó una red de internet comunitaria en las comunidades indígenas que integran la Asociación de Comunidades Aborígenes “Lhaka Honhat” con el apoyo y la coordinación de las ONGs Pata Pila y La Poderosa y la tecnología LibreRouter desarrollada por Altermundi.

La red se conforma de 6 nodos que proveen conectividad a cerca de 4000 personas que viven en comunidades de las etnias wichí, chorote, chulupí, toba y guaraní de las localidades de Santa María y Misión La Paz. Cada uno de los “nodos” de la red constan de router y antenas de 5Ghz con su fuente de energía y se conectan conformando la red. Para la instalación de los equipos se capacitaron mediante talleres a miembros de las comunidades donde están ubicados los equipos.

La señal de internet es tomada de la localidad de Santa Victoria Este y enviada por enlace aéreo a 18 Km al norte hasta Santa María y a Misión La Paz que se ubica 25km al sur.

Para las comunidades esta conectividad resulta significativa en la medida que les permite la realización de trámites en organismo públicos, visibilizar su cultura ancestral y denunciar problemáticas estructurales, como la falta de agua potable y la precariedad del sistema de salud.

Uno de los aspectos a resolver es la sostenibilidad de la red puesto que el planteo original requería que las comunidades desarrollen mecanismos autónomos de gestión para las dificultades técnicas y para el pago del abono de internet que en el período inicial es solventado por donantes. Al momento de escribir este informe no estaba definido el modelo de gestión y hay incertidumbre de cómo las comunidades van a afrontar los gastos de internet cuando se agote el financiamiento de los donantes.

7. Conclusiones

En este estudio nos propusimos describir y visibilizar la situación en relación al acceso a internet en las poblaciones indígenas que habitan en el extremo norte de la provincia de Salta analizando un conjunto de datos e información recopilada tomando como orientación algunos de los indicadores de accesibilidad formulados por UNESCO para la elaboración y seguimiento de políticas de universalidad de internet.

Los datos obtenidos muestran otra dimensión de exclusión de las poblaciones indígenas en Argentina, en este caso a los recursos de internet, lo que implica en un retroceso para alcanzar el potencial que reviste como herramienta para el acceso a los derechos humanos. La brecha digital en estas poblaciones refleja y profundiza la situación de vulnerabilidad y atraso en la satisfacción de las necesidades básicas. Particularmente en las comunidades más alejadas de los centros urbanos, la falta de cobertura de servicios de internet resulta un factor excluyente para acceder a políticas públicas sociales implementadas por el estado, pero también en las áreas conectadas la insuficiencia de las políticas positivas en materia de conectividad amplía las asimetrías con las poblaciones no indígenas. La calidad de la banda ancha, lo inasequible del servicio con relación a sus ingresos; la escasez de dispositivos tecnológicos (computadoras, tablet, celulares), así como las limitaciones en los conocimientos requeridos para utilizarlos (carencia que se acentúa intergeneracionalmente) obstaculizan las posibilidades de usos significativos en diferentes ámbitos.

Pero a pesar o como consecuencia de esa falta de atención, los pueblos indígenas han dinamizado experiencias o iniciativas que dan cuenta de los sentidos políticos que asumen los usos de las TIC para sus modos de existencia especialmente en el fortalecimiento de la cultura y en las luchas por las demandas históricas por el reconocimiento de sus territorios ancestrales.

Para que esas experiencias se vean potenciadas se vuelve necesario el trabajo articulado con diversos actores gubernamentales y de la sociedad civil lo cual implica la obligación al Estado para dar las facilidades necesarias para que estas comunidades atiendan ese derecho, pero también que otros sectores de la sociedad asuman una parte de la responsabilidad en la búsqueda de soluciones que acorten las brechas.

En este sentido entendemos que además de las políticas de conectividad y acceso a dispositivos conectivos es necesario encarar procesos la alfabetización digital o el desarrollo de las habilidades digitales²⁴ en todos los niveles del sistema educativo formal y en iniciativas de educación no formal. Asimismo, resulta necesario acompañar activamente el desarrollo de las redes comunitarias de internet ya que la expansión de la conectividad de última milla en las zonas periurbanas y rurales donde la población es dispersa y con bajos ingresos económicos no resulta atractiva para los operadores comerciales, considerando los costos relacionados con el despliegue y mantenimiento de la infraestructura.

Atento a las dificultades en la sostenibilidad de las dos Redes Comunitarias de Internet relevadas, se vuelve necesaria, además del acompañamiento del Estado, la interrelación con actores que acerquen otros conocimientos técnicos. Porque tal como se expresa en el documento “La autonomía tecnológica como constelación de experiencias” de la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones - APC, las limitaciones y dificultades que enfrentan las redes comunitarias obedece a la complejidad de los saberes que se requieren para poner marcha un servicio de

²⁴ En el documento “Conjunto de herramientas para las habilidades digitales” publicado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones, clasifica en tres niveles las habilidades para el aprovechamiento del potencial de los recursos de internet: básicas, intermedias y avanzadas. Consultado el 16/10/22 en https://www.itu.int/en/ITU-D/Digital-Inclusion/Documents/Digital-Skills-Toolkit_Spanish.pdf

conectividad autónomo y comunitario ya que no solo ponen en juego los saberes tecnológicos, sino que también involucra los saberes sociales organizativos, comunicacionales y de gestión económica (APC, 2021). En este sentido no se trata solo de conectividad, las redes comunitarias constituyen otra expresión del cúmulo de experiencias críticas y creativas mediante las cuales las comunidades indígenas ponen en juego sus tácticas en la disputa que deben dar cotidianamente por el reconocimiento de sus modos de existencia.

Este desafío es fundamental, porque la salida de la brecha digital en las poblaciones indígenas no debe ser de cualquier modo ya que la demanda de los pueblos originarios por la conectividad no tiene por objetivo la inclusión al orden económico, social y cultural que expande la sociedad contemporánea. Revisando las prácticas y los discursos indígenas encontramos otros sentidos alimentando las demandas por la conectividad donde la internet más que un fin es un medio que opera como dinamizador de procesos políticos y culturales; una herramienta más para emprender las luchas del presente y continuar las luchas de los reclamos fundamentales por el reconocimiento de sus formas de existencia.

Finalmente, esa experiencia de lo comunitario en el ecosistema de la red de redes recupera el espíritu colaborativo y descentralizado en la gobernanza de internet. Frente a la forma más extendida de sujeto usuario de los servicios de internet, las redes comunitarias dinamizan un interesante proceso de subjetivación mediante el cual se fortalecen los vínculos sociales, pero sobre todo se configuran nuevas relaciones con las TIC habilitando la posibilidad que la internet y las tecnologías advengan un recurso para resolver los problemas de las comunidades indígenas.

8. Bibliografía

ALLIANCE FOR AFFORDABLE INTERNET (2021). The Affordability Report 2021. Web Foundation. Disponible en https://a4ai.org/wp-content/uploads/2021/12/A4AI_2021_AR_AW.pdf https://a4ai.org/wp-content/uploads/2021/12/A4AI_2021_AR_AW.pdf Consultada el 5/9/22

A4AI (2022). Meaningful Connectivity for Rural Communities: Geographic Barriers & Policy Strategies for Digital Inclusion. Alliance for Affordable Internet. Disponible en <https://a4ai.org/wp-content/uploads/2022/03/MC-Rural-Report-English.pdf> Consultada el 5/9/22

- AMNISTÍA INTERNACIONAL (2019) Soberanía Digital: Defensoras y defensores libres, autónomos y seguros en internet y redes sociales. Disponible en <https://www.amnesty.org/es/wp-content/uploads/sites/4/2021/05/ACT1012262019SPANISH.pdf> Consultada el 30/9/22
- APC (2021). La autonomía tecnológica como constelación de experiencias. Publicación de la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones coordinado por Baca-Feldman, C. Disponible en https://www.redesac.org.mx/_files/ugd/68af39_ef82b4d8a6a445918217a42d8a1028a6.pdf consultado el 11/10/22
- BACA, C.; BELLI, L.; HUERTA, E. y VELASCO, K. (2018). Redes Comunitarias en América Latina: Desafíos, Regulaciones y Soluciones. Internet Society. Disponible en <https://www.internetsociety.org/wp-content/uploads/2018/11/2018-Redes-Comunitarias-ES.pdf> Consultada el 25/8/22
- BACA FELDMAN, C.; HUERTA, E.; PARRA, D. y VELASCO, K. (2018). Tejiendo autonomía tecnológica en los pueblos indígenas: telefonía celular comunitaria en Oaxaca, México. En Belli, L. y Cavalli, O. Gobernanza y regulaciones del Internet en América Latina. Análisis sobre infraestructura, privacidad, ciberseguridad y evoluciones tecnológicas en honor de los diez años de la South School on Internet Governance. Consejo Editorial de la FGV Direito Rio. Consultado el 28/9/22 en https://www.researchgate.net/publication/349290342_Tejiendo_autonomia_tecnologica_en_los_pueblos_indigenas_telefonia_celular_comunitaria_en_Oaxaca_Mexico
- BIZBERGE, A., y SEGURA, M. S. (2020). “Los derechos digitales durante la pandemia COVID-19 en Argentina, Brasil y México.” Revista de Comunicación, 19(2), 61-85. Disponible en <http://dx.doi.org/10.26441/rc19.2-2020-a4>
- CASIMIRO CÓRDOBA, A.V. y FLORES, M.E (2017). La lengua Guaraní en el umbral al Chaco. Revista del Cisen Tramas/Maepova, 5 (1), 19-38. Consultada el 4/10/22
- CECCHI, P. (2012). “La ‘diversidad’ en disputa en el proceso de elaboración participativa de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual”. Revista

KULA. Antropólogos del Atlántico Sur ISSN 1852 - 3218 | pp. 81 – 95
Consultada el 5/9/22

CIDH/RELE/INF.17/17 (15 de marzo 2017) Estándares para una Internet libre, abierta e incluyente de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/internet_2016_esp.pdf

DOYLE, M. (2018). El derecho de la comunicación con identidad. Aportes de los debates indígenas en Argentina para pensar la noción de derechos a la comunicación. *Mediaciones*, 13(18), 40–56. Disponible en <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.13.18.2017.40-56>
Consultada el 25/9/22

DAVIDOVSKY, S. (24 de septiembre de 2021) Global Student Prize 2021. Quién es el joven wichi con quien se reunió Alberto Fernández. *La Nación*. Consultada el 3/10/22

ENACOM (s.f.-a) [Mapa Conectividad Nacional] Recuperado el 30/08/22 de <https://indicadores.enacom.gob.ar/mapa-conectividad>

ENACOM (s.f.-b) [Acceso a internet] Recuperado el 30/08/22 de <https://datosabiertos.enacom.gob.ar/dashboards/20000/acceso-a-internet/>

GASPAR, A. (8 de septiembre de 2020) El Qullamarka denuncia "la crítica situación" para enfrentar la pandemia. *Diario El Tribuno*. Disponible en <https://www.tribuno.com/salta/nota/2020-9-8-11-22-0-el-qullamarka-denuncia-la-critica-situacion-para-enfrentar-la-pandemia>
Consultada el 28/9/2022

HUI, J. (2020). Fragmentar el futuro. Ensayos sobre tecnodiversidades. Caja Negra: Buenos Aires.

ICSOH-CONICET-UNSA (2020) Subanexo A: Relevamiento de la situación de comunidades indígenas frente al COVID-19 en las tierras altas y bajas de la Provincia de Salta. En informe Efectos socioeconómicos y culturales de la pandemia COVID-19 y del aislamiento social, preventivo y obligatorio en los Pueblos Indígenas del país” y Anexo XVII: Salta. Disponible en

<https://drive.google.com/file/d/16QgXpoBn2EHtg8KcqaSCR3WBzjuyAxkf/view?u> Consultada el 15/8/22

INDEC (2015) Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010: Censo del Bicentenario. Pueblos originarios: región Noroeste Argentino. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Disponible en https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/pueblos_originarios_noa.pdf Consultada el 5/9/22

INDEC (1 de julio de 2005) Encuesta complementaria de pueblos indígenas (ECPI), 2004-2005 (Complementaria del Censo 2001). Primeros resultados provisionales. Provincia de Salta. Disponible en https://biblioteca.indec.gob.ar/bases/minde/Gacetilla_ecpi_salta_01_07_05.pdf Consultada el 10/9/22

INTERNET SOCIETY COMMUNITY NETWORKS (2018) Declaración de la Cumbre Latinoamericana de Redes Comunitarias, Argentina 2018. Recuperada el 10/10/2022 de http://dercom.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/73/2019/06/Declaración_CLRC-2018_1.pdf

JGM, (Enero 2021) Acceso de Comunidades indígenas a servicios y herramientas digitales. Jefatura de Gabinete de Ministros del Gobierno Nacional. Consultado en https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/acceso_de_comunidades_indigenas_a_servicios_y_herramientas_digitales.pdf el 10/10/22

KEJVAL, L. (2014). "Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual: la institucionalización de la demanda por democratizar las comunicaciones". En Margulis, M. Urresti, M., Lewin, H. (comp.) *Intervenir en la cultura. Más allá de las políticas culturales*, p. 887-105. Buenos Aires: Ed. Biblos.

MACBRIDE, S. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

NIC Argentina (Junio, 2029). *Redes comunitarias: proyectos de conectividad para América Latina y el Caribe*. Disponible en <https://nic.ar/es/enterate/novedades/redes-comunitarias-proyectos-de-conectividad> Consultada el 5/10/22

- OEA (2011) Declaración conjunta sobre libertad de expresión e Internet.
- OLMEDO NERI, R. A. (2022). Brechas digitales y territorio: los entornos tecnológicos-digitales en las viviendas mexicanas. *Ra Ximhai: revista científica de sociedad, cultura y desarrollo sostenible*, 18(4), 103-125. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8557917> Consultada el 12/9/22
- RESUMEN DE ACTUALIDAD (10 de octubre de 2020). “Mujeres chaqueñas usan la tecnología para enfrentar el cambio climático” Recuperado el 5/10/2022 de <https://resumendeactualidad.com.ar/nota/3998/mujeres-chaquenas-usan-la-tecnologia-para-enfrentar-el-cambio-climatico>
- SEGURA, M. S. (2021) “No es una brecha. Desigualdades digitales y sociales en Argentina”, *_Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (EPTIC) Vol 23, Nº 2*. Disponible en <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/15556> Consultada el 12/8/22
- SOUTER, D.; SPUY, A. (2019) Indicadores de la UNESCO sobre la universalidad de Internet: Marco para la evaluación del desarrollo de Internet. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. París. Disponible en <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367860> Consultado el 3/8/22
- UIT (2020). Digital Development Dashboard. Disponible en <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Dashboards/Pages/Digital-Development.aspx> Consultado el 2/8/22
- UIT-WSIS (26 de junio de 2006). Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información. Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Documento WSIS-05/TUNIS/DOC/6(Rev.1)-S Disponible en <https://digitallibrary.un.org/record/565827> Consultado el 10/8/22

Entrevistas



RAC
Revista Argentina
de Comunicación

Entrevista **RAC**

- ▶ **Ana Müller (Argentina) y Carlos Baca Feldman (México): “Algo que funciona es cuando las comunidades hacen primero las cosas”.**
Una conversación sobre redes comunitarias, marcos regulatorios y aprendizajes entre experiencias de Argentina y México.

Interview with Ana Müller (Argentina) and Carlos Baca Feldman (Mexico): “Something that works is when communities do things first.”

A conversation about community networks, regulatory frameworks and learning between experiences from Argentina and Mexico.



María Virginia Collivadino

Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UNSa). Becaria Doctoral del CONICET con lugar de trabajo en el Centro Interdisciplinario de Investigaciones en Tecnologías y Desarrollo Social para el NOA (CIITED-CONICET-UNJu). Se encuentra realizando el Doctorado en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Córdoba. Integrante de la Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy.
virginiacollivadino@gmail.com

Ramón Burgos

Licenciado en Comunicación Social (UNJu) y Doctor en Comunicación (UNLP).
Coordinador de la Licenciatura en Comunicación Social y Director Alternativo de la Unidad de Investigación en Comunicación Cultura y Sociedad (UNICCS-FHyCS-UNJu). Docente e Investigador en la FHyCS-UNJu y FH-UNSa. Integrante de la Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy. monchoburgos@fhycs.unju.edu.ar

Carlos Baca Feldman

Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Doctor y Magíster en Sociología. Coordinador General del Centro de Investigación de Tecnologías y Saberes Comunitarios. Coordinador de Investigación en REDES A.C. y Rhizomatica. Coordinador del programa de formación de técnicos comunitarios "Techio Comunitario" en su versión internacional.

Ana Müller

Licenciada en Comunicación Social y Tesista de la Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea. Técnica del Instituto Nacional de Agricultura Familiar Campesina e Indígena (INAFCI). Investigadora y docente de la Universidad Nacional de Salta. Integrante de la Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy y la Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular) de Argentina.

Cómo citar: COLLIVADINO, V. y BURGOS, R. (2023). Entrevista a Ana Müller (Argentina) y Carlos Baca Feldman (México): “Algo que funciona es cuando las comunidades hacen primero las cosas”. Una conversación sobre redes comunitarias, marcos regulatorios y aprendizajes entre experiencias de Argentina y México. Revista Argentina de Comunicación 11(14), 213-228.



¿Cuáles fueron los marcos legales que caracterizaron e impulsaron los procesos en los que participan?

AM: Nosotros llegamos a conocer y a profundizar el tema de la legislación sobre telecomunicaciones con muchas dificultades. Nos conectamos con otras organizaciones como Redes y Rhizomática (de México) y Altermundi (de Argentina), constituyendo en su momento la Cumbre Latinoamericana de Redes Comunitarias. Esto fue un paso importante para empezar a entender un escenario que es muy complejo (con actores, instituciones, hasta palabras que eran totalmente ajenas a nuestra cotidianeidad comunicativa), una estructura, tanto técnica como legislativa, que estaba muy por fuera de lo que nosotros habitualmente veníamos reconociendo. Siempre nos pareció interesante que, en distintos países de América Latina, hay una conexión muy grande entre radios comunitarias y redes comunitarias que son dos modos distintos, pero que están hablando de lo mismo: el derecho a la comunicación con las diversidades, con las posibilidades y con las improntas que no están directamente vinculados a lo comercial, sino a otros intereses sociales políticos sustentables. Teniendo siempre relación con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), por su naturaleza multisectorial, pensándola en distintos actores, en distintos territorios y habilitando otro tipo de legislación, saliendo del esquema estatal y del comercial.

CBF: Tenemos que seguir indagando en la relación que tiene la historia de estos proyectos de conectividad de las comunidades, o las soluciones locales, con la historia de las radios y, si nos vamos más atrás, de la gestión de otro tipo de bienes y de recursos de las comunidades. El acercamiento que tuvimos inicialmente con el tema del marco regulatorio, tiene que ver mucho con que Erick Huerta, el coordinador general de Redes AC, quien desde bastante joven trabajó en la Asociación de Televisión por Cable en México y después trabajó en lo que en ese entonces era la Comisión para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Esa combinación de visiones o de lugares en donde él estaba le

permitió entender justamente eso: era importante generar un entorno que permitiera que las radios dejaran de ser acosadas. En México, lo que ocurrió, a diferencia de otros países, es que se empezaron a generar muchísimas radios y también muchísimas radios que estaban ilegales. Es decir, radios que no eran ni ilegales ni legales, porque no había ninguna mención de ellas en ningún lado. Todas estas radios, se llegaban a contar más de 200 o 300 radios en México, aparecían, desaparecían, eran comunitarias, eran cristianas, de narcos, de políticos, una variedad inmensa de radios. Y hubo un grupo de gente que empezó a unirse más allá de AMARC -la Asociación Mundial de Radios Comunitarias- y generaron lo que fue el Congreso Nacional de Comunicación Indígena. Este Congreso estaba en la Cámara de Diputados, estaba en el Congreso de México instalado y tenía una incidencia muy fuerte para que se lograra que a las radios se les dieran concesiones en los términos en los que se querían. Alrededor del año 2010, cuando se empezó a discutir realmente la reforma, la Ley de Telecomunicaciones, tuvimos la Ley TELEVISA que fue una incidencia de las grandes empresas de telecomunicaciones, de los grandes medios para darle su propia ley y eso en realidad fue el parteaguas para que la gente se enojara y exigiera otro tipo de Ley de Telecomunicaciones. Lo que ocasionó, pues, fue que termináramos con una ley bastante buena que permite que haya medios de uso social comunitario y medios de uso social Indígena. Y estas concesiones, además, tienen la característica de que una vez que uno recibe la concesión para radio, por ejemplo, la está recibiendo también para cualquier tipo de servicios de telecomunicaciones. Este modelo, en realidad, no existe en otro país como está aquí en México y permitió muchas cosas, entre ellas que tuviéramos las primeras redes de telefonía celular comunitaria. Bueno las primeras y las únicas, yo creo que ya no va a haber otras con esas mismas características. Al permitir que hubiera esas condiciones para que las radios pudieran hacerlo, para que hubiera otro tipo de medios, lo que ocurrió en la realidad es que fueron pocas radios las que aplicaron para tener la licencia. ¿Por qué? Porque les implica cosas que las radios en realidad no quieren, desde tener que comprar infraestructura muy costosa, homologada, de marca, tener que pasar los spots del gobierno y de los partidos políticos, etcétera, entrar en un juego que no les corresponde. Y aquí en México hay una visión muy clara de las comunidades indígenas, de que quieren mantener sus territorios comprendiendo que el espectro es parte de ese territorio, lo que cruza por sus aires.

El entorno necesita cambiar muchas mentes más allá de la regulación específica del espectro que, en su momento, se creía que era lo fundamental. Hay muchas cosas que transformar. Una de ellas -y yo creo que es la principal- es la idea de que el gobierno va a poder solucionar las cosas de dos maneras: una, contratando una empresa, pidiendo una licitación y, por ejemplo, pagando internet satelital para todas las escuelas y cada seis años volviendo a hacer exactamente lo mismo, sin realmente funcionar como debería funcionar; la otra es querer llegar a todas las comunidades el propio gobierno con sus propias herramientas, como lo está queriendo hacer en México actualmente. Y ninguna de las dos soluciones van a funcionar, porque al final lo que se requiere es que haya mucha gente que esté capacitada para poder solucionar fallas comunes, para poder entender qué es lo que se requiere a nivel técnico para solucionar esas fallas, para poder realmente tener servicios que sean pertinentes y adecuados a sus comunidades. Este cambiar de perspectiva del gobierno no solamente tiene que ver con la regulación directamente de telecomunicaciones, sino también de otras áreas como la Secretaría de Hacienda o quienes recolectan los impuestos, como todas las áreas que están encargadas de conectividad en la Secretarías de Educación o en los Ministerios de Educación o de Salud, con la gente que define qué hacer con el dinero dirigido a la conectividad, por ejemplo, para los telecentros. Es decir, requiere cambiar muchas mentes y lo que nos hemos topado nosotros es que es un reto constante estar peleándose con distintas entidades de los gobiernos para poder transformar esas mentes y generar condiciones adecuadas. Ahora, como decía Ana, otra ventaja es que a nivel de incidencia política ha existido buena relación y buena aceptación de instancias como la Unión Internacional de Telecomunicaciones hacia iniciativas que las propias comunidades generen para sus medios y sus redes comunitarias. Eso ha facilitado justo que los países abran los oídos y vean qué es lo que se puede hacer. Finalmente, yo creo que una cosa que funciona y que lo hemos mostrado en varias ocasiones en diferentes contextos, no solo de América Latina sino inclusive en África y en Asia, es cuando las comunidades hacen las cosas primero. La experiencia que tenemos es que las redes comunitarias que ahorita están fuertes y que han logrado incidencias políticas importantes en sus países, por nombrar solamente casos como el de Argentina y el de Kenia -que los dos tienen Fondos de Servicio Universal-, tienen dinero para las redes comunitarias, con modelos muy diferentes (en Kenia son apoyos más pequeños, están más dirigidos; en Argentina son demasiado grandes

y eso puede ser un problema) pero al final es porque ya existían las redes, tanto en Kenia, como en Argentina, como en México, como en Colombia, como en Sudáfrica, como en Indonesia. Las redes han existido antes de que existan las legislaciones adecuadas y más bien han provocado ellas la legislación. Pensar al revés normalmente no tiene muchos éxitos.

Y en ese marco, ¿cuál es la capacidad de incidencia política de las redes comunitarias?

AM: Si pensamos en los 21 Puntos de la Coalición para una Radiodifusión Democrática y la cantidad de años que se tuvo que gestar una propuesta para el cambio de legislación sobre la LSCA en Argentina como respuesta final, la incidencia en redes comunitarias fue bastante rápida. Quizás la asociación Altermundi, por ejemplo, puede decir otra cosa porque vienen con otra historia, con algunos años antes de intento de incidencia, pero tampoco han sido tantos en comparación. Los poderes de las telecomunicaciones son gigantescos. Me parece que para poder pensar qué incidencia tenemos, también tenemos que saber en función a quién la tenemos, lo cual no me parece menor. Creo que, por ejemplo, que aparezcan como una posibilidad, una opción, que organizaciones sociales sin fines de lucro o cooperativas puedan ser prestadoras de Internet ha sido un paso muy importante para Argentina. Entonces hay un escenario que viene de muchísimos años de postergación en donde los sistemas de comunicación y telecomunicaciones no llegan a algunas zonas y hay una historia muy larga de abandono, en muchos lugares a esas personas no se las vio ni como usuarios ni como ciudadanos, tampoco se las vio como posibles consumidores y consumidoras. Frente a ese escenario, las comunidades se organizan, se articulan para decir que hay otras soluciones, que podemos gestar otras soluciones. Me parece que eso también tiene mucho que ver con las posibilidades de incidencia. Hay una grieta por la cual podemos meter un poco de luz, rasgar con el dedo y hacer que eso se vaya haciendo más grande para poder pasar todos y todas las que queramos pasar por ahí. Pero, entonces, todavía creo que queda muchísimo por hacer, porque no está siendo tan sencilla la implementación del programa Roberto Arias, en tanto no se ha salido de la lógica encorsetada de quiénes pueden y deben prestar y sostener estos servicios. Por otro lado, a nivel de otras naciones y otros modos de gestionar el Internet,

hay un dinamismo ahí -particular del propio universo de Internet- que implica que todo el tiempo hay que estar generando ciertas discusiones.

CBF: Yo creo que por muchos años se tuvo la claridad de que las radios para el poder instituido podían ser peligrosas porque podían tener un discurso. La gente se organiza y tiene un discurso, pero con la conectividad lo ven de una manera bastante diferente. De verdad, no hay interés en los grandes operadores de llegar a las comunidades, no les es redituable. Y al mismo tiempo, el gobierno ha visto ya con mucho trabajo o después de mucho tiempo que es muy complicado que logren llegar a todos lados y que lleguen de una manera adecuada. Entonces, si la gente alza la mano y dice “yo te voy a ayudar a solucionar tus problemas de conectividad”, lo van a aceptar, ¿no? Eso, casi, es general. De eso a que den dinero, es un poco más difícil. Bueno, primero decir que muchos de estos cambios dependen también de la gente que está en el gobierno, de quiénes son tus interlocutores e interlocutoras. En México, durante el gobierno más malo que hemos tenido en nuestros más recientes años -el de Enrique Peña Nieto- fue justo cuando salió la ley que les comenté. Fue cuando se creó la Red de Telefonía Celular Comunitaria. La gente siempre nos pregunta por qué en un gobierno tan neoliberal fue cuando se creó ese tipo de política. En realidad, más bien era un gobierno que no le interesaban muchas cosas ni que le prestaba atención. Cuando creamos la red de telefonía, la Presidencia inclusive se colgó de nosotros. Recuerdo, en algún momento, ir a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información a una mesa en la que estuvimos la directora de México Conectado -que era la oficina de la estrategia de conectividad del gobierno Peña Nieto- y yo presentando la telefonía. Ellos dicen “miren, estamos apoyando las comunidades indígenas para que hagan su telefonía” y yo por otro lado diciendo “bueno, pues sí, las comunidades se organizaron y ya dieron solución algo que no se había solucionado ni del gobierno ni de las empresas”. Entonces no es que no haya realmente una oposición tan fuerte y tan dura, porque al final a unos no les interesa y a otros les beneficia para poder cumplir con sus objetivos. Igual, este no es el mismo caso en todos los países.

Otra cosa que yo creo que es importante es esta historia de las radios comunitarias y de los medios comunitarios. Esa historia, que ya se caminó, ha hecho que suceda más rápido esta otra historia que se está tejiendo. Porque ya se vieron los errores del pasado, ya se comprendieron muchas cosas. En muchos lugares, donde están muy relacionadas las radios comunitarias con las redes

comunitarias, ya hay un aprendizaje de que eso es posible. Y hay experiencias que muy rápido han ido logrando transformaciones.

Una última cosa tiene que ver con la definición misma de las redes comunitarias. Muchas veces el problema, cuando uno se mete en estos esquemas de demasiada incidencia política y demasiado querer incidir ahí, hay que generar definiciones y esas definiciones pueden jugar en contra. En muchas partes de América Latina eso es lo que está pasando: son empresas que tienen una perspectiva comunitaria, que están dentro de la propia comunidad, que se entienden distinto, pero no necesariamente es que toda la comunidad está involucrada en ellas. Hay casos y casos emblemáticos, pero lo que hemos visto es que es muy distinto el trabajo en una red comunitaria -como un servicio de conectividad- que en una radio -en donde hay un proceso de comunicación-. Entonces, la gente se involucra más, la siente más suya. Y del otro lado puede ser más complicado.

AM: Yo haría una salvedad. “Sin fines de lucro” quiere decir que su fin no es ser una empresa lucrativa capitalista dentro de los esquemas del mercado que propone. Entonces, las cooperativas son empresas sociales que su origen no tiene que ver estructuralmente con “hacemos esto por un negocio”, sino que hay otros valores que están puestos en las priorizaciones y en los objetivos de esa entidad. Es un problema que también se planteó muchas veces con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, en donde está el segmento para medios sin fines de lucro, que ahí tiene que haber dinero de por medio para las pautas, para -en el mejor de los casos- pagar salarios. Lo que sí cambia es la intencionalidad. Acá siempre se usó la frase “sin ánimo de lucro no quiere decir con ánimos de pérdida”. No es que va a pérdida, tiene que tener una sostenibilidad y una sustentabilidad económica, aunque ese no sea el sentido, no es hacerse ricos y ganar lo más posible con eso, sino garantizar un derecho.

CBF: Sí, ese es el entendimiento en Argentina. Aquí en México las radios comunitarias -que también se dice que son sin ánimo de lucro- no pueden tener anuncios comerciales, aunque sean locales. Hay maneras de jugar con eso, pero les está prohibido. Parte de lo de *cambiar cabezas* tuvo que ver con este entendimiento: que las radios comunitarias son radios que la comunidad las mantiene, que lean como quieran, pero la comunidad es la que las mantiene y

entonces no puedes recibir otro apoyo. Ya después se hizo un proceso para que parte del dinero que gasta el gobierno en la publicidad gubernamental -el 1%- fuera a las radios comunitarias que tienen concesión. Pero, insisto, eso es parte del juego de la incidencia política. A veces, en un lugar tú colocas una palabra que puede tener mucho sentido, porque tiene sentido con la historia y con los conceptos que ya están trabajados, que en otro lugar no. En el tema de redes comunitarias, en específico, América Latina tiene una fuerza muy importante en la incidencia a nivel de otros continentes. Eso es súper importante y, entonces, lo que decimos nosotros aquí se utiliza muchas veces como el parámetro al que hay que llegar. Parecería que *hay que llegar* a lo que están logrando hacer en América Latina. Y esa idea ya no la quitamos, mucha de la gente ya nos la quitamos, porque son contextos completamente distintos. No es un “*llegar a...*”, pero cuando tú tomas la definición, puede en un contexto ser una cosa que no va a funcionar y que tenga doble uso. Eso es, más bien, a lo que me refería, pero sí entiendo lo otro.

Por lo tanto, ¿qué necesitamos saber para seguir actuando?

AM: Lo que necesitamos saber y aprender es, primero, dejar de tener miedo a “no saber”. En el campo de las telecomunicaciones nos atraviesa un montón. Pareciera ser que no podemos meternos a conversar sobre eso porque hay un mundo tecnológico tan, tan lejano que, como no sabemos, no podemos opinar, conversar, intercambiar y aprender. Es romper esas barreras que, creo, están puestas por distintas estructuras de legitimación del saber, del conocimiento y de las construcciones colectivas que, para mí entender, están bastante en crisis. No sé si es porque en algunas de ellas no ingresé nunca, pero las veo en crisis también porque siento que nos están volviendo microcápsulas igual de aisladas que las comunidades que no pueden avisar quién nació o quien murió porque no tienen cómo. La escucha me parece que es clave: generar los espacios de intercambio, de formación. A su vez, también creo que es fundamental para los circuitos donde las telecomunicaciones es más un lenguaje común, volver a pensarlo como que la tecnología sin personas, sin un componente social, no tiene ningún sentido tampoco. O tiene un sentido que es extractivista, monetario, que es por donde se desarrolla. A la hora de crearlos, hay que dar esas conversaciones, hay que exigir que esos aprendizajes no sean sólo para el

campo de la comunicación. En ese contexto, Marita Mata nos preguntaba a nosotrxs, comunicadores y comunicadoras, qué tenemos que aprender de esto. Bueno, tenemos que aprender que el internet no es una nube que está y solo puede ser una empresa supranacional y de lo cual nosotros y nosotras no vamos a poder tener nunca ninguna incidencia. También es volver a recuperar la confianza y la mirada de que solos y solas no se puede, tiene que ser un entramado de actores, saberes y recorridos para la incidencia, para la transformación, pero también para salir de la palabra escrita a la conexión real. Es primordial darle un lugar, porque conceptualmente podemos decir un montón de cosas preciosísimas, después estamos tres años para ver cómo hacemos para convencer al proveedor privado que nos venda 10 megas para repartir entre 50 familias. Y estamos dándole nociones de todo y remando y remando. Eso también es parte. Creo que también hay que aprender a trabajar con la dificultad y la frustración que, me parece, van a ser dos conceptos claves para las nuevas generaciones.

CBF: Yo creo que hay muchas cosas que se tienen que aprender. Un poco lo decía Ana, las propias comunidades y la gente ya se ha hecho cargo de otros asuntos de la vida, lo han podido manejar y han descubierto que por x razón que es posible hacerlo. Entonces, un primer aprendizaje es ese: que ya existen formas de gestión, por ejemplo, del agua que son bastante similares en el fondo para la gestión de una red comunitaria. Otra, que no es imposible, que dentro de todo esa inmensa cantidad de fierros e infraestructura si se puede hacer algo propio, si se puede hacer algo pensado para la comunidad. Otra, tiene que ver con las tecnologías: no necesariamente lo más nuevo es lo mejor siempre. Eso es también una tendencia que está muy encarnada en las propias comunidades, el pensar que la solución siempre es lo más nuevo o tener el mejor ancho de banda, tener la mejor televisión con la mejor definición, etcétera. Y, en realidad, muchas veces la elección de tecnologías pertinentes puede llevarnos a una solución que tal vez no estamos pensando, y que no necesariamente tienen que ver con la conectividad como la entendemos. Por ejemplo, estos proyectos que hemos desarrollado de radios de onda corta, para la comunicación en donde, en condiciones como la Amazonía de Brasil o la Sierra Tarahumara en México, es casi imposible tener conectividad en todos lados y es necesario tener otras estrategias en las que se solucionen temas de comunicación de emergencias o para avisar inventarios entre los centros de trueque, etcétera.

Otra dimensión tiene que ver con entender que -y esto es algo que va a sonar contradictorio todo lo que hemos estado diciendo- la conectividad como conectividad probablemente no sea un problema dentro de pocos años. Ahorita existe una fiebre de Starlink (nosotros instalamos el fin de semana una red de Starlink en Chihuahua, en una comunidad donde no había otra manera de hacerlo) que tiene implicaciones horribles y que nos lleva a pensar realmente en una distopía convirtiéndose en realidad. Una distopía en la que un señor, que de por sí está muy loco, es quien puede conectar y desconectar a la gente cuando le dé la gana a través de estos satélites. Pero lo cierto es que todos los días yo me entero de redes nuevas en todas partes del mundo que están siendo conectadas por Starlink. Y que al final tampoco es que las otras redes, por donde nos conectamos antes (aquí en México por Telmex o Claro), las compañías grandes sean como tortitas en dulce -como diríamos en México-, que sean pues organizaciones comprometidas con lo comunitario, que no haga ningún daño, sino que también lo hacen, pero cambia un poco el juego de poder, ¿no? Entonces pensar que la conectividad como tal probablemente no sea un problema en los próximos años. Seguramente habrá comunidades, como hay comunidades todavía sin electricidad a pesar de tantos años de estar llevando electricidad a todas partes, pero serán las menos. El problema real de las redes comunitarias es lo que se está conociendo como el *valor agregado*. El problema con las redes comunitarias es que ese valor agregado ha sido muy costoso de ponerlo. Es un poco lo que decía Ana también con respecto a que necesitamos volvernos más interdisciplinarios. Dejar los hilos, esas cosas separadas en donde uno pone las semillas para que no se junten para poder trabajar más bien en conjunto. El camino tiene que ver con cómo montamos cosas que sean interesantes en esas redes para las propias comunidades. Ya sea productos que ellas mismas hagan o productos que les sean atractivos. Cómo montamos intranets o estos espacios más cerrados de contenidos propios. Como en el caso de Wiki Katat, el operador móvil virtual **comunitario**.

Finalmente, ¿cuáles son, entonces, las debilidades y fortalezas del campo?

AM: Algunas son debilidades y fortalezas al mismo tiempo. Por un lado, esta interrelación de actores entre empresa, estados, comunidad y organizaciones sociales, me parece que es una debilidad, pero también puede ser una fortaleza. Reconocer ese tejido de actores, de instituciones y comunidades me parece que hoy por hoy es una debilidad porque son muchos componentes, en niveles distintos, incluso con la complejidad de lo supranacional. Por un lado, venimos proponiendo en distintas instancias del Instituto Nacional de Agricultura Familiar, Campesina e Indígena (INAFCI) o conjuntamente con la Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy en mesas intersectoriales para poder discutir el derecho a la conectividad y a la comunicación. En eso hay que seguir insistiendo. No hemos tenido ningún tipo de capacidad de incidencia. Salvo una reunión con un municipio, una empresa privada, la comunidad, la cooperativa y organismos nacionales que se hizo el año pasado, en las localidades de Molinos y Seclantás, que tuvo interesantes acuerdos desde acceso a la información sobre planes, esto del programa Roberto Arias que con la cooperativa podría funcionar, y también acuerdos entre cuántos megas podemos acceder o cuánto hay disponible para que podamos renegociar conjuntamente. Porque aunque la empresa quiere solo prestar el servicio en los centros urbanos y la cooperativa comunitaria, quiere hacerlo sobre los cerros, se necesita uno u otro para conseguir esos megas. Otra de las debilidades que hay en el proceso tiene que ver con los mitos y tabúes o los prejuicios que hay sobre un sector sobre otro. “No, son atorrantes, no nos van a querer prestar, o nos van a robar o nos van a sacar los potenciales clientes”. Digo, esa serie de prejuicios que, también, sólo con reuniones y construcción de vínculos se pueden ir rompiendo en algunos casos y en otros casos no. Hay que saber perder y agarrar la puerta por otro lado. Que también nos ha pasado entre proveedores privados y algunas experiencias de conectividad acá en Salta.

Por otro lado, otra de las debilidades más fuertes que tenemos en Argentina es que el internet es un bien o un servicio que está dolarizado y que se maneja a precio dólar. Nuestra economía está permanentemente en estado de crisis, tensión, angustia y desolación con el tema del dólar. Eso es algo que, por ejemplo, en México me parece que se vive de manera diferente. Entonces acá hay proveedores privados que te cobran mes a mes y vos nunca vas a saber cuánto pagar, porque el precio está dolarizado. Esa es otra dificultad que tiene: es algo que se compra todos los meses. Carlos hacía la comparación con el tema

del agua. Pero hay dos diferencias: una es que con el agua la gente en las comunidades siempre se ha relacionado, sabe qué hacer con el agua, sabe dónde está, sabe cómo canalizarlo, por dónde se pierde y sabe qué consecuencias hay con el cambio climático, la pérdida, la sequía, la inundación. El agua es un elemento constitutivo de su vida y sus saberes. Es un saber que, generación tras generación, han administrado, generado. Es parte. Las telecomunicaciones, no. Entonces ese acercamiento hay que gestionarlo con la dificultad que, además, es algo que mensualmente se debe comprar y redistribuir.

Por otro lado, a mí me parece que es una enorme potencialidad, no sólo para las telecomunicaciones, sino para el campo de la comunicación volver a recuperar la idea de la comunicación como parte esencial de la condición humana. Me parece que esa es una potencialidad muy fuerte. Nos enfocamos a medios, mensajes, resultados mediciones y saberes técnicos y vamos perdiendo cada vez más el valor de cuál es el sentido humano de la comunicación para la vinculación cotidiana por el soporte que sea. Así como decía Carlos, probablemente las telecomunicaciones en unos años -como fue el teléfono fijo, la radio y en su momento la televisión- va a pasar de moda o porque esté resuelto o porque ya no importa que no esté resuelto (porque también nos acostumbramos a la desigualdad). Volver a recuperar, después de la pandemia, la idea de aislamiento como parte de un dolor profundo, de una desigualdad fuerte en la condición humana, me parece que es fundamental para volver a preguntarnos a los comunicadores y comunicadoras *qué estamos pensando con la comunicación*. ¿Para qué nos sirve social y humanamente? ¿Qué estamos trabajando? ¿En qué estamos pensando? ¿Qué estamos construyendo? Y por qué eso no es propiedad exclusiva ni de colegios ni de doctorados. Tiene que ver con un saber común y un ejercicio común. Entonces, me parece que esa es una enorme potencialidad que habilita romper algunos esquemas con límites muy establecidos como el de las telecomunicaciones para volver y decirles “no, las telecomunicaciones son parte de un derecho fundamental, que es el derecho a la comunicación de todos y todas en cualquier lugar y por cualquier soporte”.

CBF: Yo creo que una de las potencialidades y fortalezas de esos procesos (o, por lo menos, aspiraciones) es que sean más un pretexto para la organización y para esa búsqueda de la comunicación como algo intrínseco y que, además, tienen las condiciones adecuadas para suceder en las comunidades. Porque este tipo de proyectos sí se diferencian, también, en el sentido de que por lo menos hay

una discusión al respecto de todo esto que acaba de decir Ana, en cuanto a lo práctico que puede resultar seguir dependiendo de un operador que te va a cobrar y que si no pagas te va a reducir el servicio.

Otra cosa que pienso tiene que ver con la elección de las tecnologías. Esta posibilidad de entender a las tecnologías y de entender que es posible incidir en ellas puede resultar en cosas muy importantes. Ahorita estaba recordando un caso de la Escuela de Redes Comunitarias de Indonesia en donde, a diferencia de las otras, hubo dos proyectos que trabajaron con la inteligencia artificial. Uno, un grupo de pescadores hombres, colocaron unos sensores para detectar dónde estaban los bancos de peces para poder hacer su pesca más rápida y, al mismo tiempo, medir cómo estaban los bancos de peces y dejar de pescar en aquellos que estaban dejando de ser sustentables para dejarlos un rato que crecieran. Volver así a manejar una pesca más sustentable. El otro, me parece mucho más relevante en el sentido de que, lo desarrollaron mujeres cuya función era cuidar las granjas de camarones. A eso se dedicaban todo el día: a medir el oxígeno, la temperatura, ver que las condiciones estuvieran adecuadas y no podían hacer otra cosa más que estar en estos lugares. Entonces desarrollaron una tecnología que les permitió tener toda la información en el celular, tener un sistema de alarmas, etcétera. Y ahora, al tener el tiempo que les quitaba estar en la granja, se empezaron a organizar y están desarrollando un montón de proyectos juntas. Se empezó a fortalecer realmente un tejido y están ocurriendo cosas en la comunidad que no tienen que ver directamente con la tecnología en sí o la conectividad, sino con la elección de una tecnología que está permitiendo que otras cosas ocurran.

Yo quisiera pensar que esas las principales fortalezas: que la gente se organiza (se organiza así con una cuestión que es muy útil y que puede beneficiar mucho y que, además, permite cerrar ciertas barreras que cada vez más visibles, y que estar desconectada o desconectado implica muchas cosas en la vida de las personas); que sirven para generar otros proyectos; y que estos conocimientos, estos entendimientos sobre las tecnologías, sobre su funcionamiento, sobre todas estas cosas generan tensiones distintas a las que nos hemos acostumbrado a pensar sobre ellas. Eso, además de todo lo que dijo Ana.

Y como debilidades, yo si insistiría en esa, la debilidad de seguir pensando que las redes comunitarias son proyectos de conectividad. Más bien es pensar que son proyectos organizativos para dar solución a problemas de comunicación, que pueden tener tecnologías bien diversas en su utilización y que pueden tener

modos diferentes de acceder a ellos. Una debilidad que siento importante es que se sigue pensando como estrategias de conectividad por la misma gente que las impulsamos.

► **La comunicación popular a cuarenta años de democracia en Argentina: diálogo con Marita Mata y Washington Uranga**

Popular communication forty years of democracy in Argentina: dialogue with Marita Mata and Washington Uranga.



Cómo citar: KEJVAL, L. Y CASTELLO, P. (2023). La comunicación popular a cuarenta años de democracia en Argentina: diálogo con Marita Mata y Washington Uranga. Revista Argentina de Comunicación 11(14), 229-245.



Larisa Kejval

Larisa Kejval es doctora en Ciencias Sociales, magíster en Comunicación y Cultura y licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires (UBA), carrera en la que se desempeña como docente e investigadora y de la cual es actualmente directora. También es docente en la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV). Es autora de los libros “Truchas” (2009) y “Libertad de antena” (2018), en el que indaga en la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas. También ha editado el libro “Mujeres de la Comunicación” (2022), que busca visibilizar las trayectorias y los aportes de las mujeres en el campo académico de la comunicación. Correo-e: larisakej@gmail.com

Paula Castello

Licenciada en Ciencias de la Comunicación (Universidad de Buenos Aires). Docente en la Universidad de José C. Paz (UNPAZ). Integra equipos de investigación de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA) y la Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (RICCAP). Trabaja en la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. Fue coordinadora de Proyectos de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias – América Latina y Caribe (AMARC ALC) e integrante de la emisora comunitaria FM La Tribu. Diseña, escribe y edita publicaciones y otros materiales, especialmente pedagógicos, sobre derecho a la comunicación. Correo-e: pl.castello@gmail.com

María Cristina Mata y Washington Uranga no sólo han sido actores fundamentales en la construcción del campo académico de la comunicación en Argentina, luego del regreso de sus exilios durante la última dictadura cívico militar. Con un compromiso político sostenido en el tiempo, también han sido actores fundantes y protagónicos de la comunicación popular en América Latina: desde el acompañamiento de decenas de prácticas y experiencias, desde la investigación, desde la intervención intelectual, desde la sistematización, desde sus roles en organismos públicos, desde la construcción de múltiples redes.

Larisa Kejval y Paula Castello se encontraron con cada uno de ellos por primera vez desde sus experiencias como militantes de la comunicación popular y alternativa durante la década de los noventa. Pasados unos cuantos años y proyectos compartidos, se reencuentran en esta entrevista con el fin de motivar memorias, reflexiones, discusiones y desafíos sobre la comunicación popular a cuarenta años de democracia en Argentina.

¿Qué experiencia biográfica les permitió entrar en contacto con la comunicación popular?

María Cristina Mata: Para mí la comunicación popular está unida inescindiblemente a mi exilio después del golpe militar que daba origen a la terrible dictadura argentina. Antes de tener que irme a vivir a Perú en 1976, con un conjunto de compañeros dábamos clase en la recién creada Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad de Córdoba. Allí trabajábamos con prácticas de comunicación vinculadas a los sindicatos de nuestra ciudad, pero no pensábamos esta experiencia en términos de comunicación popular. No existía esa categoría ni ese nombre. Lo que hacíamos era desarrollar una práctica militante para contribuir a mejorar la tarea de los compañeros que dirigían o producían las publicaciones periódicas de algunos sindicatos. Trabajábamos en relación con organizaciones sindicales, pero no lo comprendíamos como comunicación popular, era parte de nuestra militancia político académica.

A los pocos meses de estar viviendo en Lima, nos encontramos con un argentino que tuvo un papel relevante tanto en mi vida como en la educación popular: José María Serra, o el Pepe Serra, un ex sacerdote del Tercer Mundo que murió hace no mucho tiempo. Pepe estaba en Perú y formaba parte de un movimiento ecuménico que se llamaba CELADEC, Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana, que se dedicaba a la educación popular. Él nos invitó a crear en esa institución un programa de comunicación popular. Nosotros no teníamos idea de qué era. Comenzamos a aprender junto con ellos de qué se trataba la educación popular, inspirada en el ideario y el método de Paulo Freire, y empezamos a pensar de qué modo podíamos sumar desde la comunicación al trabajo educativo que ya hacían con los sectores populares. Pensábamos que la producción de la propia palabra, ese nombrar desde sí el mundo que es parte fundante de la educación popular, podía encontrar un soporte y una ayuda en las prácticas comunicativas. Creamos un programa de comunicación popular y empezamos a inventar lo que era eso no sólo con un montón de compañeras y compañeros de Perú, sino también de otros países de América Latina en el marco de un movimiento ecuménico que tenía sedes en casi toda la región.

El exilio fue para nosotros una de las experiencias más traumáticas que vivimos como familia, pero, al mismo tiempo, significó la posibilidad de comprender dos cosas muy importantes que me marcaron para toda la vida: que éramos parte de un continente al que desconocíamos bastante y que había otros modos de hacer y pensar la comunicación.

Washington Uranga: Yo tuve doble exilio. Primero salí de Montevideo, Uruguay, y cuando pensaba que iba a vivir en Argentina tuve que irme también. Cuando me preguntan qué nacionalidad tengo respondo qué documentos de identidad tengo, pero también afirmo que mi nacionalidad es latinoamericana. Efectivamente, con todos los dolores y dificultades que el exilio tiene, una de las cosas que me dio es hacerme latinoamericano. O sea, cuando digo que me hizo latinoamericano significa que me enseñó a mirar el mundo y la sociedad desde otro lugar.

Mi vinculación con lo que es la comunicación popular, que no se nombraba así en ese momento, viene de mi trabajo de base en la Iglesia Católica. Fui dirigente latinoamericano de la juventud católica en mi cercanía con la teología de la liberación y sus padres, figuras como el peruano Gustavo Gutiérrez o el brasileño Leonardo Boff. Esta teología comprende al pueblo como actor y protagonista. No es doctrina, sino que es una teología entendida como praxis de liberación. En mi salida al exilio, y trabajando en las áreas de comunicación de la Iglesia Católica, fundamentalmente en UNDA-AL (Asociación Católica Mundial para la Radio y Televisión - América Latina), una de las tareas importantes era la producción de programas radiofónicos que visibilizaran otra práctica social y política y, a la vez, a los actores marginales e invisibilizados. Para problematizar las luchas y, desde el lenguaje radiofónico, para expresar una estética popular, una manera de entender el mundo, una teología de la liberación. En ese momento, 1976, 1977, la Iglesia Católica tenía más o menos 350 radios en América Latina y el Caribe. De esas, 40 o 50 estaban muy vinculadas a UNDA-AL, transitando un camino que luego concluyó en la creación de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), de la cual Marita sabe mucho más que yo.

M.C.M.: Hay algo que es nítido en relación con la comunicación popular y es este enraizamiento con lo cristiano. Washington hablaba de la teología de la liberación. Yo hablaba de un movimiento ecuménico dedicado a la educación

popular. Me parece que eso vincula directamente a la comunicación popular con otro de los pilares fuertes en su historia: la radiodifusión.

Yo conocí a Washington en UNDA. Todavía tengo esa hermosa foto de un encuentro de UNDA... Una recuerda los nombres, los rostros... Creo que otro dato importante de nuestro encuentro con la comunicación popular es que fue un comienzo muy colectivo, en el sentido de que empezamos a constituir un entramado de instituciones, de gentes, de rostros, de nombres. Mario Kaplún viajaba a Ecuador para dar sus talleres de comunicación popular y venía a mi casa a jugar con mis hijos. Lo que quiero decir es que, más allá de que teníamos un trabajo en común, fuimos tejiendo una comunidad que tenía que ver con nuestra práctica pero también con el hecho de ser exiliados. En aquella década de los setenta se dio una diáspora: de los uruguayos, de los argentinos, los chilenos, los bolivianos. Y así confluimos en algunos centros en México, en Perú, en Ecuador y en Colombia. Esa trama fue la que hizo, por ejemplo, que organizáramos una campaña de apoyo al programa de alfabetización sandinista luego del triunfo revolucionario en Nicaragua. Washington dice “me hice latinoamericano”, porque uno se hacía latinoamericano no por determinación ideológica, no porque lúcidamente fuéramos decoloniales en aquella época. No, nos hicimos latinoamericanos al calor del trabajo, del compartir y a partir de asumir como propio el trabajar con compañeros de otros países entreaprendiendo. Hoy parece fácil por la tecnología, pero ustedes imaginen lo que era en aquellos años en los que los modos de comunicar ni siquiera eran los del fax. Y, sin embargo, éramos una red, una red potente trabajando.

Pensando juntos, me parece que en el relato de nosotros dos está la potencia que tuvo un movimiento como el de la teología de la liberación, la importancia de un pensamiento como el de Paulo Freire y la capacidad que tuvimos algunos compañeros y compañeras de América Latina de hacer de la comunicación otra cosa. Y lo hicimos así, en la práctica. Luego lo pensábamos. Era mucho más un hacer, un hacer pensado. Luego se volvió praxis.

W.U.: Eso que está diciendo Marita es una clave: hay una práctica que después se fue sistematizando, se fue pensando. La comunicación popular se fue construyendo, buscando un espacio en el marco de una disputa mucho más general, que es la disputa social, la disputa política, la disputa religiosa también.

La comunicación popular, por su propia perspectiva latinoamericana, comienza a conectarse con la discusión sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. Una conexión que se da, por ejemplo, en la figura Luis Ramiro Beltrán, que es una suerte de síntesis: es política nacional de comunicación, pero también es ERBOL, Escuelas Radiofónicas de Bolivia. No sé si hubieran podido darse las discusiones sobre el nuevo orden en América Latina sin las prácticas de comunicación popular que se estaban entramando. Hay conexiones que no deberíamos perder.

¿Cuáles han sido para ustedes las discusiones más relevantes en estos últimos cuarenta años de comunicación popular en nuestro país, en diálogo con el resto de América Latina?

W.U.: Yo creo que primer debate es el que Marita insinuó al comienzo de la entrevista: cuál es la génesis de lo popular. Comunicación popular, comunitaria, alternativa. No todo es lo mismo, aunque a veces digamos “no discutamos más porque eso nos complica”. Pero, en realidad, nos termina complicando más. Se trata de trayectorias y génesis distintas. Es imposible pensar la comunicación popular sin pensar la política, los movimientos de la política y del hacer político en nuestro continente. La discusión por lo popular se define por sus protagonistas, por quiénes lo protagonizan como actores centrales del proceso. Algunas experiencias nacen de la decisión política de hacer visibles voces, esa es una génesis. Otras arrancaron con las expresiones de sectores, grupos y organizaciones populares que se encontraron por esa vía con lo político. Son dos caminos diferentes que terminaron cruzándose.

M.C.M.: Yo comparto esto que dice Washington. Creo que una de las discusiones no dadas y que ha generado un vacío para la reflexión teórica y también para la discusión de las prácticas es esta suerte de indeterminación. Y bueno, comunitario, popular, alternativo... lo usamos. Lo usamos nosotros mismos en algunas actividades. Discutí siempre eso porque creo que hablar de comunicación popular implica nuevamente hoy una discusión muy fuerte que hay que retomar: si lo popular nombra a un sector social en términos socioeconómicos y culturales o si lo popular es una categoría que, asociada a estas comunicaciones de las que nosotros hablamos, nombra una situación de

subalternidad y la voluntad de discutir la hegemonía. Es decir, si nosotros hacemos de lo popular una categoría asociada a determinaciones materiales o si nosotros asumimos lo popular como una categoría asociada a la dimensión del poder: quién tiene el poder de conducir, de diseñar, de determinar el curso de la historia y de la sociedad.

Para mí hay una discusión fuerte con las prácticas de comunicación popular que yo llamaría “ensimismadas”, que se plantean como alternativa frente al sistema comunicativo que es dominante en nuestra sociedad, pero que hacen de lo alternativo la marca distintiva: otra manera de hablar, otra manera de ser, otros actores. Son prácticas que, a mi juicio, no piensan más que en quienes las protagonizan en el sentido más reducido del término. Es decir, no piensan sino en lo que se expresa desde la producción de los mensajes, desde la conducción de un medio, desde el colectivo que es responsable de llevar adelante esa práctica. Entonces, no asumen que son parte de un sistema comunicativo más amplio, son un momento en una red discursiva más amplia. Ese olvido hace que muchas prácticas de comunicación popular terminen siendo marginales. Esa es una discusión fuerte: si la comunicación popular es o debe ser una comunicación marginal. La discusión radica en si lo popular tiene que ser marginal o tiene que asumirse como una instancia que forma parte de un sistema mayor en el seno del cual se da la disputa por una palabra diferente. En muchos casos, no hay suficiente debate sobre la capacidad de incidencia de las experiencias sobre lo colectivo, sobre su inserción en movimientos sociales o populares que efectivamente discutan, disputen y trabajen por la hegemonía. ¿Cómo es la discusión sobre la hegemonía en la sociedad y cómo la comunicación popular se articula en esa discusión sobre el ejercicio del poder en la sociedad? Yo creo que ese es un debate no saldado.

Otra cuestión que está vinculada es si las prácticas de comunicación popular pueden y deben liderar procesos sociales o si más bien son prácticas llamadas a hacer soporte, apoyatura, complemento o instrumento de movimientos sociales o políticos. Esta vieja discusión, muchas veces mal planteada, esconde críticas a lo que se llamó vanguardismo político. A menudo se dice “no, nosotros no podemos ser los que conducimos este proceso, porque debe ser el pueblo”. De algún modo, eso esconde también un sentimiento que Armand Mattelart llamaría “la condena al pequeño burgués que todos llevamos dentro”. Es decir, en la medida en que buena parte de las prácticas de comunicación popular son desarrolladas por, o en ellas participan, sectores que dentro del mundo

subalterno tienen ciertas condiciones de privilegio, hace que exista una especie de rechazo a conducir procesos debido a esa conciencia pequeño burguesa. Yo creo que hay experiencias que han superado exitosamente esta discusión. Estoy hablando del papel de las prácticas de comunicación que se llaman populares en su vinculación con los movimientos sociales. Creo que hay dos maneras de verla. Rápidamente: está la manera de verse como acompañantes, consolidadores o fortalecedores de los movimientos sociales, y están quienes dicen “no, nosotros también somos un actor político”. Son dos maneras de concebir las prácticas y esa es una discusión no saldada. Yo creo que hay muchas prácticas de comunicación popular que no han logrado aclarar suficientemente esta cuestión: ¿cuál es el límite, cuál es la relación o cuál es la sinergia entre la práctica comunicativa y la acción movilizadora de las organizaciones sociales? Me parece que este es un debate central en este contexto de desmovilización. Yo percibo que las prácticas de comunicación popular tienen que pensar fuertemente este tema porque si no corremos el riesgo de que haya palabras vacías de acciones o que no sepamos que con nuestra palabra tenemos posibilidades de provocar la acción. Hay una cantidad de radios de las que se llaman comunitarias que, si vos le decís que son un actor político, te dicen que no. Lo he vivido en muchísimas investigaciones y evaluaciones que he hecho. Yo creo que ha habido avances importantes en nuestro país, y se han dado justamente cuando esas prácticas se han asumido como actores políticos. Eso ocurrió, por ejemplo, durante todo el proceso de debate de la ley de medios. No tengo dudas de que un grupo de prácticas de comunicación comunitaria lideraron la producción de los 21 puntos y esto habla de su búsqueda por ser un actor con incidencia en el plano de las políticas de comunicación, que dialoga al mismo nivel con otros actores sociales como las universidades, los gremios, que dialoga y pelea con el Estado. Pero, eso que es un avance, no creo que haya eliminado el debate acerca de quiénes son los que conducen o pueden conducir los procesos políticos.

W.U.: Yo sumo a eso otra cuestión que parece que no terminamos de resolver: cómo pensamos en términos de categorías y, en términos metodológicos, cuál es el lugar de la comunicación en los procesos de transformación o de cambio. Muchas veces la comunicación, por definición o porque así es convocada, viene a la cola o como etapa final de un proceso del que no participó. Comunicadores y comunicadoras son convocados en el momento en que hay definiciones

tomadas para visibilizar, para expresar, para manifestar. Pero así se sigue con una concepción instrumental y difusionista de la comunicación. Esa es una cuestión que no tenemos saldada a nivel de las políticas públicas. Sandra Massoni suele decir: “no somos el final de la línea de montaje. No nos llamen al final de la línea de montaje. No somos el último eslabón.”

¿Y en términos de las redes de medios populares, cuáles serían los temas de discusión hoy? ¿Cómo se pueden sintetizar los modos de pensar la comunicación y la política hacia las redes de comunicación popular?

M.C.M.: Hay una cosa que hace rato vengo pensando y diciendo cuando trabajo con compañeros que forman parte de estas redes y es que a mí me parece que la comunicación popular, y las redes, por supuesto, tienen que hacerse cargo hoy del brutal cambio de escenario comunicativo en el que nos movemos. Hay una condición de la comunicación en nuestro tiempo que es la condición informativa, una marca de la cultura que hace de la información nuestro modo de ser, información que nosotros recibimos pero también la información que producimos. Es decir, esta nueva manera que tenemos de ser en sociedad, que es la interacción permanente con otros recibiendo datos y dando datos nuestros. Yo creo que tenemos que asumir esto como nuestra condición cotidiana y sistémica, para usar una palabra odiosa a nuestras maneras de pensar pero que da cuenta de que vivimos en ese sistema. Me parece que esta nueva condición traspasa todas las discusiones de las que hablamos hasta recién con Washington. Si asumimos que esta es la condición en que vivimos, la comunicación popular tiene que preguntarse, antes que nada, qué es lo que hoy no puede ser dicho y cuáles son hoy las voces subalternas, cuáles son hoy las que llamamos “las voces acalladas”, si parece que todo el mundo puede decirlo todo en todo momento, si tenemos los dispositivos tecnológicos y tenemos hasta ciertas competencias que se van adquiriendo desde muy chiquitos para estar presentes en una esfera pública transformada por las redes, por internet, por los dispositivos. Me parece que hoy el desafío para las redes pasa primero por responderse la pregunta acerca de cuáles son estas transformaciones reales.

¿De verdad hoy todo puede ser dicho por todos, en todos lados? O, como decía Rodríguez Brandão en una frase que me gusta referir al hablar de comunicación popular, “perdidas en la polvareda de las palabras”, lo único que no puede

decirse son aquellas palabras que nos constituyen, nos identifican, nos permiten nombrar lo que anhelamos. Ahí hay un desafío para las redes: decir dónde estamos, cómo es hoy esta realidad comunicativa, que es global, que tiene una dimensión macro pero que se realiza, se materializa, en cada espacio, en cada territorio, con particularidades. Y, luego de eso, decir qué hacemos nosotros si realmente nos asumimos como un actor político que construye la transformación social, no como el furgón de cola. ¿Qué significa informar hoy y cómo habría que informar, y para quién, y cómo? Creo que hay que volver a esas preguntas. Tenemos que ser parte del mundo de la interactividad y el entretenimiento. ¿Pero eso en qué consiste? ¿En que ahora al programa de radio lo ponemos en la web, o consiste en otras cosas?

Son preguntas centrales que las redes deben hacerse, porque yo sí creo que son las redes de medios las que permitieron grandes avances. Fueron capaces como redes de decir “así no podemos más, tenemos que pelear una política pública”. Sin esas redes no sé cuánta fuerza hubiera tenido aquella pelea por nuestra ley de medios. Esto no sólo pasó en Argentina, ha pasado en otros países donde estas redes de medios han contribuido a transformaciones en las políticas públicas. Y también estas redes son las que empezaron a hacerse preguntas acerca de quién nos está escuchando, preguntas sobre las estéticas, sobre la incidencia.

W.U.: Yo me pregunto, a esta altura, si tiene sentido seguir hablando de comunicación popular. Quizás seguir hablando de comunicación popular nos termina encasillando en una trayectoria que es valiosa pero que insiste en diferenciarnos por el modo de hacer y que no nos está habilitando a caracterizar el escenario actual de la comunicación en el macro escenario que significa la lucha política por el poder. Tenemos que discutir la comunicación como un vector absolutamente fundamental en la construcción política y en la construcción de la lucha por el cambio social porque, de lo contrario, la comunicación popular sigue pensando en sí misma, en su autoconstrucción. Me parece que la pregunta acerca de qué le aporta la comunicación popular a la lucha por el poder es una pregunta falsa. La pregunta es cuáles son los actores protagónicos para el cambio social, cuáles de esos actores están invisibilizados o inexistentes y qué capacidades comunicacionales hay que desarrollar en esos actores para que efectivamente tengan incidencia en la discusión del cambio de escenario político global. Porque el territorio se redefine permanentemente, ni

hablar el simbólico. Entonces la pregunta hace surgir actores absolutamente nuevos. Miro, por ejemplo, algunas de las cosas que nos pone a pensar Rosana Reguillo. Cuando habla de los jóvenes no está pensando en comunicación popular, está pensando en un actor protagónico emergente en la discusión del escenario político global. ¿Eso es comunicación popular o no? No se nombran esos términos y sin embargo es absolutamente clave discutirlo desde ahí. Entonces, no estoy diciendo que se pierda la identidad de la comunicación popular, sino cómo discutimos la comunicación en el proceso global de transformación, qué actores emergentes hay y qué aportes, recursos y necesidades tienen.

En esa línea, entonces, ¿qué actores o prácticas emergentes reconocen en la disputa por la hegemonía, que puedan nutrir las discusiones e incorporen creatividad y capacidad política transformadora?

W.U.: Creo que, por un lado, la juventud. Ni siquiera lo digo en términos demasiado positivos, porque ahí hay un desafío tremendo, hay una distancia hasta epistemológica difícil de sortear. Y otro actor es, claramente, el movimiento de mujeres, que cambió la lógica de construcción política y está cambiando también las estéticas, nos está cambiando más a fondo, la epistemología, el modo de entendernos como actores en la sociedad. Y me parece que hay que atender también al protagonismo de las comunidades, no sólo originarias sino también las comunidades identitarias, como la comunidad LGTBI, las comunidades identitarias en los mundos juveniles, en el arte. Me parece que esos son todos actores que la tradición de la comunicación popular tiene que incorporar, porque nos están interrogando desde otro lugar, nos están planteando preguntas para las que no tenemos respuestas.

M.C.M.: Comparto lo que dice Washington. Y creo que hubo un actor emergente en nuestro país que se ha diluido, de alguna manera, que es el movimiento de derechos humanos, un actor emergente de una fuerza extraordinaria que se ha diluido por el imperio del poder, por el desgaste al que se ha visto sometido. Si hay una zona a la cual el poder hegemónico le pone fichas para destruir es a ese movimiento emergente de los derechos humanos, que ha tenido una visibilidad ligada a un momento de nuestra historia como es la dictadura. Creo que es un

actor que también en su momento nos cambió estéticas. El escrache como modo de comunicación y cultura es un legado de organizaciones como HIJOS, los pañuelos de las madres, la construcción de simbología, la construcción de los movimientos por la memoria, que son importantes en nuestro país aun con todos los ataques que sufren. Que siguen presentes en otras zonas no vinculadas directamente a la cuestión de la represión dictatorial, porque aparece la importancia de la memoria en otras áreas de la vida social. Fue un actor emergente que la comunicación popular asumió, del mismo modo que creo que la comunicación popular ha asumido decididamente al movimiento feminista como un actor.

Pero creo que la comunicación popular tiene todavía deudas muy grandes con la juventud. Yo creo que los movimientos y las estéticas juveniles son un hueso duro de roer para las prácticas de comunicación popular. Me parece que hay algo de la disrupción que plantean los jóvenes en el lenguaje, en la vida cotidiana, que todavía a la comunicación popular le cuesta. Creo que hay mayor interlocución con los movimientos feministas, con los movimientos de derechos humanos, porque, de alguna manera, son políticamente más claros que los movimientos o las prácticas juveniles. Hay una posibilidad de dialogar más fácilmente con esos movimientos, en términos de cuál es el horizonte de cambio que se busca, que con los jóvenes, que no constituyen un movimiento sino que son una experiencia. Y a mí me parece que a la comunicación popular le cuesta mucho a veces dialogar con las experiencias.

W.U.: Agregó solamente una cuestión. Particularmente en Argentina me parece que hay otro pendiente que es la articulación con las organizaciones sindicales. El movimiento sindical es un mosaico de prácticas muy difícil de englobar bajo una sola caracterización. Y hoy, si uno mira las organizaciones de trabajadores, aun las que pueden ser más afines ideológicamente, no incorporan lo comunicacional como un dato. Incluso en el mundo de la economía social, la comunicación es una entelequia. Cuando piensan en lo comunicacional piensan en el marketing. Si pensamos en términos de la comunicación en perspectiva política y de cambio, ahí hay puentes que construir. Hay procesos que no están, no están ni siquiera abiertos los canales.

M.C.M.: Por eso hablaba antes de las preguntas que la comunicación popular debe hacerse hoy. En algún momento decíamos que la comunicación popular era ese espacio donde lo no visto se hacía visible, donde lo acallado podía expresarse. Prácticas que, de alguna manera, ayudaban a dar cuenta de esas presencias conflictivas que siempre existen en las sociedades. Porque, aun cuando no se manifieste en grandes luchas, el poder siempre es sufrido y confrontado de alguna manera, y la comunicación popular estaba llamada a mostrar, a permitir que se vea, que se dialogue. ¿Qué es entonces lo que puede hacer hoy la comunicación popular, cuando pareciera que todo puede ser dicho? En una cosa disiento con Washington. Ya que coincidimos en todo, voy a disentir en algo. Yo creo que más que nunca es necesaria la idea de una “comunicación otra”, subalterna, popular, pero una “comunicación otra”, que nombre lo distinto, porque cuando vivimos en la pretendida era de la abundancia comunicativa e informativa, tenemos que poder mostrar la pobreza en la que estamos sumidos y los procesos terribles de manipulación, muchísimo peores que antes, de los que somos víctimas, no en términos personales sino como conjunto social.

Dice Sadin que vivimos en la época de la “aserción infundada”: podemos decir cualquier cosa y cualquier cosa puede ser aceptada como verdadera. La mentira no importa porque la verdad no importa, porque lo que importa es la posibilidad de decir lo que sea y con cualquier fin. Cuando no solo no hay códigos de ética sino tampoco un consenso social acerca de la necesidad de sostener con actos lo que decimos, tenemos que bregar por una comunicación que diga “no, eso no es así”, que diga “esto es verdad o es mentira”. Hay datos objetivos que no se pueden negar y opiniones que tienen que ser expresadas como tales. Ese es para mí el trabajo de la comunicación popular hoy: volver a reponer el valor de la palabra en su sentido fundante, en el sentido fundante de un ser que es porque habla.

La comunicación es uno de los modos en que tenemos las personas de establecer ideas comunes, de compartir opiniones, de discutir las. La comunicación es esta posibilidad que tenemos de ir construyendo agendas comunes, cuestiones que nos interesen, no a todos, sino grupos específicos, cosas que nos importan. La comunicación también es este modo de producir saberes necesarios, saberes útiles. En ese proceso de construir saberes, opiniones y demás, la comunicación permite otra cosa formidable: que haya ciertas voces, ciertos rostros, que empiecen a ser conocidos por otros. Tenemos que volver a repensar el papel que

tiene la comunicación en la cuestión del reconocimiento recíproco y de la construcción de liderazgos. Tenemos una sociedad en la cual no hay recambios en la política. Nos quedamos sin líderes, no aparecen. En los sectores sindicales, en los movimientos sociales, de militancia, territoriales. ¿Por qué decimos tanto esto? Porque no necesariamente se ve a quienes están haciendo. Hay mucha gente que está construyendo y no es vista. ¿Por qué? ¿Qué estamos haciendo nosotros para visibilizar todo eso que no se ve en este mundo donde todo el tiempo estamos viendo cosas? Entonces yo creo que la “comunicación otra” es hoy más necesaria porque estamos ante un sistema mucho más opresivo. Porque es el sistema que nos hace creer que podemos decirlo todo, todo el tiempo, y que podemos saber todo, todo el tiempo.

W.U.: Voy a coincidir con la diferencia de Marita en este punto: cuando dije que me preguntaba si tiene sentido seguir hablando de comunicación popular, lo decía en el sentido de que ese espacio no termine siendo un refugio, una suerte de placebo, para eludir otras discusiones. O sea, “nosotros somos la comunicación popular, qué buenos y qué diferentes que somos”. En ese sentido. Subrayando lo que plantea Marita, agrego dos cosas. A mí me ayudó a entender un montón de cosas Jesús Martín-Barbero. Hay una cosa que atraviesa su tesis de filosofía, publicada poco antes de su muerte: la palabra como praxis de liberación. Me parece que eso es central. Ahora, esa recuperación de la palabra como praxis de liberación requiere, en este momento, alto nivel técnico profesional. Y requiere, además, trasladar todas las capacidades creativas que existen en esos actores, en otros protagonistas, trasladarlos al escenario de la comunicación y de la sociedad y apuntar a que esas estéticas discutan con las estéticas dominantes.

M.C.M.: Y le sumaría: con un oído puesto en el pueblo. Porque, cada vez más, para hacer esa comunicación que queremos, más que hablar tenemos que escuchar. No podemos comunicar si no somos capaces de empatizar, de recoger lo que hoy la sociedad está produciendo de diferencia, de transformación, que a nosotros incluso puede no parecernos una transformación en el sentido del cambio social, la liberación o como le llamemos, pero que es una transformación en los modos de vivir y de ser. Y para eso sí se necesita una gran competencia

profesional, porque solo quien sabe hacer muy bien algo es capaz de no tener miedo de perderse en el otro.

W.U.: Hay en Freire muchas afirmaciones en el sentido de habilitar y profundizar la escucha para potenciar la palabra. Y esa es una actitud de vida y es una actitud esencial de comunicadores y comunicadoras desde esta perspectiva.

¿Qué balance hacen del rol de la universidad en su vinculación con la comunicación popular?

W.U.: Nosotros lo que hicimos ahora mismo fue plantear una agenda. Esa agenda no puede estar afuera de los claustros. La universidad no puede tener una agenda distinta a esta, en los temas y en la habilitación de las capacidades técnicos profesionales, reconociendo además los aportes que la universidad hizo en este proceso, que no son pocos, particularmente en nuestro país.

M.C.M.: Yo creo que en los últimos años, sobre todo, diversas carreras de comunicación asumieron el tema de la comunicación popular, comunitaria, alternativa. Era una cuestión importante y se fueron haciendo cargo. Más allá de esos espacios valiosos, que existen en varias universidades y que han producido espacios de investigación, sin embargo creo válido lo que alguna vez dije y sostengo: la universidad, las carreras de comunicación, no aprovecharon la potencia epistemológica y teórica de la comunicación popular para la enseñanza. Ya no para la enseñanza de la comunicación popular, sino que, en general, nuestras carreras no han sabido ver lo que epistemológicamente, conceptualmente, metodológicamente aporta la comunicación popular, las prácticas de comunicación popular, para pensar la comunicación. ¿Ustedes conocen alguna materia de teoría de la comunicación donde se trabajen las nociones que provienen de la comunicación popular? Yo no, todavía no. Quiero decir que todavía la teoría se hace desde otros lugares, desde el plexo teórico del campo de estudios de la comunicación. Pero no hay necesariamente un reconocimiento de lo que hemos aprendido de la comunicación popular en términos de lo que significa el diálogo, la expresividad, la idea de la mediación entre las personas por ejemplo, para pensar la comunicación en términos generales. Entonces yo creo que ahí hay un gran desafío. Así como hay un

aprendizaje desde los medios masivos, porque ¿de dónde surgió la teoría del agenda setting, la teoría de los efectos, sino de las prácticas de los medios? Pero no hay teorías que surjan de las prácticas de comunicación popular. ¿Por qué? Porque la universidad ha dado cuenta de las prácticas o las ha enriquecido con aportes, pero no se ha nutrido de ellas. Yo creo que ahí hay todavía un gran desafío.

Reseñas bibliográficas



RAC
Revista Argentina
de Comunicación



Reseña

Florencia Tolava, UNSa

CLAUDIA VILLAMAYOR Y NATALIA VINELLI (EDITORAS)

Comunicación Popular y Alternativa: una revisión dialogada

Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Mil campanas, 2023.

ISBN 978-978-48417-4-2.

Fecha de recepción: 31/08/23. Fecha de aprobación: 20/09/23.

Cómo citar: TOLAVA, F. (2023). “Comunicación Popular y Alternativa: una revisión dialogada.” [reseña] Claudia Villamayor y Natalia Vinelli (Editoras) *Revista Argentina de Comunicación* 11(14), 247-255.



Salta, Argentina

Las reseñas no pueden desprenderse de lo que nos rodea, nos acontece y atraviesa. Mucho menos si lo hacemos desde el campo de las Ciencias Sociales. Esta reflexión inicia su viaje el domingo 18 de junio de 2023. Día previo en el que comenzaron los cortes y movilizaciones en Jujuy frente a la aprobación “exprés” de la Reforma Constitucional Provincial, cuyo contenido significó uno de los más grandes retrocesos para nuestra democracia y que culminó con una feroz represión y persecución sistemática hacia el pueblo jujeño¹. Medidas violentas y abusivas llevadas adelante por el Gobierno de Gerardo Morales. Por esos días empecé la lectura de *Comunicación Popular y Alternativa: una revisión dialogada* de Claudia Villamayor y Natalia Vinelli, aguardando el transporte de regreso a Salta desde la localidad de Santa Victoria Oeste, luego de haber facilitado junto a mis compañeras de la Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy² un taller de fortalecimiento para el proyecto de radio comunitaria/popular, que forma parte de las estrategias políticas de la UCAV (Unión de Comunidades Aborígenes Victoreñas).

Menciono este punto de partida porque fue inevitable brotar estas palabras desde las 244 páginas del libro, pero también desde los últimos acontecimientos políticos y sociales que tuvieron lugar en nuestro país. Tal como dice Natalia Vinelli “las palabras son hijas de sus condiciones materiales de producción” (Villamayor y Vinelli: 2023, 24) y no es casualidad que la obra editada por ella y Claudia Villamayor conformen una memoria viva de la comunicación popular, alternativa y comunitaria de estos tiempos. El libro hilvana relatos, reflexiones, deseos e incertidumbres de mujeres de la comunicación³ popular de Argentina que indagan sobre los procesos que

¹ <https://www.pagina12.com.ar/559989-represion-en-jujuy-la-policia-tira-gases-lacrimogenos-y-bala>

² <http://www.comunicaterritorios.org/quienes-somos/>

³ La revisión sobre el aporte de las mujeres y las diversidades de la comunicación viene de la mano de otras publicaciones como “Mujeres de la Comunicación” (2020) y “Mujeres de la Comunicación Argentina” (2022), entre otras obras similares en América Latina.

viven las experiencias de comunicación en el país y en otros lados de América Latina desde una perspectiva de género y feminista. Este compilado, repasa y recuerda algunos ejes históricos del campo, pero también plantea los desafíos ante los nuevos escenarios tecnológicos y ante las luchas sociales vigentes, aunque no nuevas. Es también homenaje a las mujeres de la academia de la comunicación popular, pero también a las mujeres activistas que están en los territorios. Una obra que charla, que conversa con quienes se animen a leerlo: militantes y activistas, estudiantes, docentes, trabajadores públicos y privados de la comunicación popular. Nos interpela fuertemente en nuestro hacer, invitándonos a parar para hacer y hacernos preguntas, pero también para reconocer al camino recorrido, que no es poco.

Se podrían mencionar varias “aperturas” (Villamayor y Vinelli: 2023, 21), pero me interpelan tres posibilidades desde este escenario: primero, los usos y apropiaciones que se pueden hacer del libro como elemento pedagógico; segundo, las huellas de un mapeo de experiencias y problemáticas pensadas a partir del deseo por la disputa del poder; y tercero, como reconocimiento a las mujeres y diversidades que venimos trabajando en el campo.

Apertura 1: usos y apropiaciones del libro como elemento pedagógico para el campo

Sin ánimo de encontrar una definición única y a priori de la comunicación popular/alternativa/comunitaria porque si lo hiciéramos desandaría las particularidades de las experiencias en sí mismas y sus potencialidades, el libro y por supuesto las autoras, arrojan algunos rasgos comunes para pensar el campo. Esto es sumamente indispensable para quienes ya venimos trabajando en la comunicación popular, ya que funciona a modo de repaso y de problematización, pero también para aquellos que recién comienzan a indagar este camino por su claridad y sencillez:

*No es posible comprender el ecosistema de medios en el país, ni sus problemáticas desestimando a la comunicación popular. Sin su presencia “el mapa no está completo”, si lo que se busca es que la comunicación se ponga en práctica como un derecho (Vinelli: 2023, 185) tanto para los

sectores populares como para los sectores medios, que no quedan ajenos frente a la concentración.

*La fuente que da origen y que motoriza la comunicación popular: se refiere a una comunidad en términos sociológicos, que no siempre está geográficamente situada. Son los sujetos, las prácticas y los saberes que junto a los procesos históricos accionan estratégicamente para detonar la dominación y producir emancipación (Villamayor y Vinelli: 2023).

Sus sujetos se tratan de grupos sociales con algún grado de organización deliberado que eligen una determinada forma asociativa para responder a una necesidad concreta, con una clara voluntad político cultural para incidir. Tienen objetivos, persiguen resultados y para ello generan estrategias político culturales colectivas con el fin de incidir en una conflictividad social urgente.

Otra autora define a ese motor, como sectores populares o periféricos que conforman identidades colectivas en diversos territorios y que aún en la heterogeneidad tienen en común una cadena equivalencial de reclamos insatisfechos, que se reúnen alrededor de “demandas populares”, pero que “no necesariamente responden a la una configuración estable y positiva” (Monje: 2023, 63). Dato que ha resaltado con ahínco Marita Mata en la presentación de su libro *“Indisciplinada”*, recordándonos la no pureza de los sectores populares y la necesidad por volver a preguntarnos y preguntarles por el/los deseos que les mueven.

*El rol de la comunicación y de los comunicadores: Se posiciona para desnaturalizar la trama de la enunciación capitalista, colonialista y patriarcal generando procesos para la toma de la palabra de las clases subalternas, pero también de las clases medias que se encuentran subalternizadas y a quienes se les ha negado la posibilidad de la enunciación pública. En este sentido, Villamayor refiere al rol de las Universidades Públicas y de los y las facilitadoras de la comunicación quienes se suman a los sujetos de la comunicación popular en tanto no deberían anular el deseo de la propia palabra: “hay que abrir no cerrar” (Villamayor y Vinelli: 2023, 39). Integrar.

*No perder de vista nunca el para qué de la comunicación, más allá de lo instrumental y lo tecnológico. Las autoras sugieren tomar ciertas

precauciones respecto a la tendencia del autoconsumo y la endogamia, en lugar de la intervención. Sin embargo, reconocen la necesidad de saber y del saber hacer.

*En presencia de los vertiginosos avances tecnológicos que se anuncian como la solución frente a las desigualdades o bien que se piensa en el acceso como única condición a tener en cuenta, Daniela Monje trae dos conceptos centrales que describiremos rápidamente. Convergencia periférica: co-existen múltiples formas de convergencia muy heterogéneas entre sí, tanto en los usos, los consumos, como en las prácticas cotidianas que los sectores populares ponen en ejercicio. Los sujetos se apropian de diferente manera y despliegan “una infinidad de astucias y estrategias para gestionar las opciones disponibles” (Monje: 2023, 64).

Economía Política de la Comunicación Popular y Alternativa: Hay un área de vacancia desde los estudios de Economía política de la Información, la comunicación y la cultura en cuanto a una lectura desde abajo, desde las bases. Podría leerse desde cuáles son las prácticas de subalternización que tienen lugar en el ecosistema concentrado. Es decir, las tácticas diseñadas por los sectores populares, así como las regulaciones que los aluden o invisibilizan, las políticas de infraestructura desde las cuales pueden desarrollar sus actividades, los modelos de negocios que promueven y que buscan dar sustentabilidad a sus proyectos. El estudio de Monje reflexiona sobre la conectividad en tiempos de pandemia abordando el rol del Estado, la reglamentación, el movimiento del sector privado y la organización del sector audiovisual, de las telecomunicaciones y redes comunitarias/alternativas. Una investigación que pretende ampliar los derechos para el sector y avanzar hacia políticas que generen condiciones de posibilidad real, situadas para el desarrollo de actores pequeños y medianos, tanto públicos como privados. Daniela Monje propone volverse excéntricos y cambiar los ejes tradicionales de discusión sobre las políticas de conectividad. Descentralizar.

Estos artículos que recuperan a la tecnología como herramienta de soberanía comunicacional, una vez más (como sucede cada tantos años frente a los cambios tecnológicos) traen la discusión que instalaba Paulo Freire en Pedagogía del Oprimido cuando advierte y critica la transferencia tecnológica y la difusión de las innovaciones.

Apertura 2: mapeo de experiencias y problemáticas de la Comunicación Popular a partir del deseo por la disputa del poder

A lo largo y a lo ancho de toda la obra, partiendo de algunos estudios de caso, las escritoras sobregiran sobre un deseo: la disputa por el poder. En este sentido, la comunicación popular adquiere una doble dimensión: como una experiencia totalizadora, pero también parcial, dos lógicas diferenciadas pero sinérgicas, tal como deja en claro Gabriela Bustos al relatar el caso cubano. Eso quiere decir que es crucial el uso instrumental de los medios gestionados de forma estratégica; pero siempre en función de un proyecto mayor transformador. No como opción frente al discurso dominante o una comunicación de carácter espontáneo; sino como un Proyecto Político Cultural Comunicacional cargado de una construcción histórica que le da base a su surgimiento y sostenibilidad desde la praxis (acción reflexionada y reflexión actuada).

Uno de los principales puntos de disputa de poder para alcanzar, posibilitar y administrar la enunciación de la palabra de todos y todas es el Estado. Intervenir en el Estado significa alcanzar la legalización, conseguir aplicación de las normas que favorezcan al sector, hacer posible un fomento equitativo para la comunicación popular, disputar una pauta oficial democrática y de este modo garantizar la sostenibilidad, la inserción y la gestión de los medios populares, alternativos y comunitarios.

Desde esta emergencia, el libro hilvana en una memoria con una clara voluntad política y con la intención de incidir en las inequidades comunicacionales de Argentina y América Latina, trazando el hilo por FM La Voz Indígena en el norte de Salta en Tartagal, FM La Tribu, FM En Tránsito, Radio Gráfica de Buenos Aires, las redes Cooperativa de Provisión y Comercialización de Servicios Comunitarios de Radiodifusión (COLSECOR), Cámara de Cooperativas de Telecomunicaciones (CATEL), Federación de Cooperativas de Electricidad y Servicios Públicos de la Provincia de Buenos Aires (FEDECOBA), las redes comunitarias de Atalaya Sur y Quintana Libre, las experiencias del Programa Cultural de Revolución Cubana desde el Noticiero y el Cine Móvil del Instituto Cubano de Cine y Arte Cinematográficos (ICAIC), las prácticas comunicacionales alternativas de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC-EP) desde la

Cadena Radial Bolivariana y los boletines audiovisuales insurgentes, la Asociación Civil Comunicación por la Igualdad, Fundación para el desarrollo de políticas sustentables (Fundeps). Solo por nombrar algunas experiencias del universo de la comunicación popular que toma el libro.

Apertura 3: Ahora que si nos ven, ¿nos escuchan? Reconocimiento a las mujeres y diversidades de la Comunicación Popular

A pesar de los derechos conquistados que se tradujeron en mayor o en menor medida en nuestras vidas, sigue siendo necesario insistir en trabajar para erradicar las desigualdades que vivimos en las organizaciones de las que formamos parte, en nuestros espacios de trabajo, en las comunidades que habitamos, en las políticas públicas, en las formas en las que tomamos las decisiones, como lo que acontece en los medios de comunicación y sus agendas. La comunicación popular, no es la excepción, tenemos que hacernos cargo y desde hace rato las mujeres y la población LGBTQ+ nos hacemos ver y escuchar para reafirmar que sin nuestra existencia y sin nuestro hacer otra comunicación, otros proyectos no serían posible. *Comunicación Popular y Alternativa: una revisión dialogada* propone problematizar la dimensión simbólica en la que se sustentan las desigualdades (Coluccio: 2023), expone una batería de estrategias que construyen desde las radios comunitarias no solo para la incorporación de la perspectiva de género en la comunicación pública, sino también al interior de las dinámicas y los modos de organización de los equipos de trabajo; reconoce en el relato el impulso con nombre y apellido de algunas mujeres del territorio que fueron cruciales para los cambios de paradigma en los medios alternativos y también incorpora la voz de las mujeres del ámbito académico que son indispensables y complementarias frente a la misma lucha.

El libro invita e inspira a sistematizar prácticas, herramientas y estrategias que construimos las mujeres y las diversidades desde otra forma de gestionar la política dentro del campo de la comunicación popular, dándonos maña frente a tanta adversidad y reinventándonos desde las cenizas.

Para cerrar: la necesidad de mantener viva la esperanza, elemento vital

Para terminar, diremos que cualquiera de los artículos alimenta y fortalece la esperanza, en tanto actitud, estado de ánimo, como creencia y riego para mantener vivos nuestros proyectos, nuestras prácticas y las existencias de lo colectivo y lo subjetivo. Como personas, como individuos, como ciudadanos, como militantes-activistas, investigadores, docentes. Mística resquebrajada por el riesgo permanente que corre la justicia social.

Frente a ello, nos dicen las autoras que sin embargo hay que debatir, no cerrar, ampliar, diversificarnos frente al mal aterrador de la fragmentación y de quienes se creen dueños de la verdad.

“Liberar la palabra para explorar el mundo de lo injusto, darlo vuelta, inclusive cuando nos quieren convencer que no se puede. Cada vez que digan no, hay que aumentar la voluntad colectiva de cuestionarlo todo para transformar las cosas” (Villamayor: 2023, 57).

Bibliografía

- BUSTOS, G. (2023) Actualidades cubanas e internacionales. Memoria del mundo en la lucha contra la pandemia del racismo y la desinformación. En *Comunicación popular y alternativa. Una revisión dialogada*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Mil campanas,: 75-105.
- COLUCCIO, R. (2023) “En medio de la batalla. Comunicación comunitaria, feminismos y lucha por los derechos”, en *Comunicación popular y alternativa. Una revisión dialogada*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Mil campanas, 139-150.
- FREIRE, P. (1970) *Pedagogía del oprimido*. Buenos Aires, Siglo veintiuno editores.
- GARCÍA VARGAS, A., DÍAZ LARRAÑAGA, N. y KEJVAL, L. (editoras) (2022) *Mujeres de la Comunicación Argentina*. Buenos Aires, Fundación Friedrich Ebert.

MATA, M. C. (2023) *In-disciplinada*. Marita Mata. Textos reunidos (1980-2022). Córdoba, Fundación Friedrich Ebert.

MONJE, D. (2023) “Problemas de la Comunicación Popular y Alternativa en contextos de convergencia”, en *Comunicación popular y alternativa. Una revisión dialogada*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Mil campanas, 61-74.

RODRÍGUEZ, C., MAGALLANES BLANCO, C., MARROQUÍN PARDUCCI, A. y RINCÓN, O. (editorxs): *Mujeres de la Comunicación*. Bogotá, Fundación Friedrich Ebert, 2020.

VILLAMAYOR, C. y VINELLI, Na. (Editoras) (2023) *Comunicación popular y alternativa. Una revisión dialogada*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Mil campanas.

MARIANA FERRARELLI (COMPILADORA)

**Narrativas transmedia para aprender y enseñar:
ecologías ampliadas en la cultura digital**

Grupo Magro Editores, 2023.

ISBN número 978-9915-9546-1-5

Fecha de recepción: 31/08/23. Fecha de aprobación: 07/09/23.

Cómo citar: CASADO, N. (2023). "Narrativas transmedia para aprender y enseñar: ecologías ampliadas en la cultura digital" [Reseña] Mariana Ferrarelli (compiladora). *Revista Argentina de Comunicación* 11(14), 256-261.



Aprovecharé las bondades de la escritura hipertextual, desde donde tomaré muchas de las voces que forman parte de este libro, para invitar a la lectura de “Narrativas transmedia para aprender y enseñar: ecologías ampliadas en la cultura digital”. Esta es una invitación a navegar la amplitud de experiencias narradas que enriquecieron y enriquecen la enseñanza utilizando herramientas digitales y sus lenguajes. Y verán cómo el propio espíritu expansivo de la narrativa transmedia nos permitirá visualizar y adentrarnos en la aventura de la diversidad de prácticas tecnológicas que emergieron de la crisis sanitaria y explorar las propuestas formativas abordadas desde un formato transmedia. Esto es parte de la expansión y del trabajo creativo, de la red de colaboración que Mariana Ferrarelli (compiladora) propone y que nos permite ver cómo se transforma el oficio de enseñar con tecnologías y los sentidos y relaciones que emergen en su uso.

Este libro condensa, en sus 202 páginas, la oportunidad y los caminos que estos 16 docentes e investigadores pensaron en la narrativa transmedia como un dispositivo para desarrollar propuestas tecnopedagógicas, pero también cómo resignificaron sus tareas y, ante la situación límite de la pandemia, encontraron una oportunidad para preguntarse y emprender acciones sobre las prácticas de enseñanza y aprendizaje que implican nuevos usos de las tecnologías.

Un recorrido que claramente nos exige comprender el mundo en el que viven y transcurren las experiencias de nuestros estudiantes y que tiene una particularidad: está atravesado por lo digital y por una web participativa.

Hay una cita que destaca Pedro Ravela en el prólogo y que aparece en el capítulo 7 y refiere a que la pandemia nos obligó a generar “*el mayor laboratorio de trabajo colaborativo entre docentes de diferentes áreas y niveles de todo el país*”. Agregó a esta cita que ese laboratorio fue también el principal espacio para el desarrollo de experiencias y enfoques transmedia donde se desplegaron experiencias que permitieron a los estudiantes ubicarse tanto en el rol de lectoautores como de prosumidores (capítulo 5).

Es importante resaltar otro condimento que da un sabor especial a la propuesta: estas miradas, líneas de acción, pistas de trabajo, abordajes teóricos y preguntas son desarrolladas por colegas con amplia, y tal como dice Mariana, admirable trayectoria en las aulas y en otros espacios de enseñanza novedosos.

Respecto de la organización del libro, el mismo se presenta en dos secciones que tienen nudos de enlace e interconexión entre sí. La primera parte se denomina “La cultura digital en el aula” y se encuentran allí los capítulos 1, 2, 3 y 4 en donde los y las autoras desarrollan los alcances y las implicancias de la cultura digital dentro del aula. La segunda parte “Narrativas transmedia en la enseñanza”, que comprende capítulos 5, 6, 7 y 8, aborda el formato que da nombre a este libro y las mediaciones a que da lugar en los diversos contextos de enseñanza y aprendizaje.

El primer capítulo se llama “Los sentidos de la tecnología para los docentes universitarios durante la virtualización de emergencia” en donde las autoras ponen en diálogo una serie de preguntas, sobre el sentido, la relación, creencias y el enfoque de las tecnologías digitales en la enseñanza, con una investigación realizada en la Universidad Isalud. Sin ánimos de spoilear el capítulo, el mismo cierra con algunas orientaciones, muy interesantes, para fortalecer la posibilidad de enfocar la enseñanza en la universidad con tecnologías.

Nace con una historia que encuentra a diferentes instituciones educativas y docentes de diferentes niveles sobre un taller de evaluación y que en el contexto de pandemia deviene en una Comunidad de Aprendizaje. El capítulo 2 denominado “Aprender en comunidad: la tecnología como aliada del trabajo colaborativo docente” se presenta como relatos de experiencias concretas y poderosas en aulas reales y pone el eje en el trabajo colaborativo y en comunidad para la transformación de las prácticas docentes que adoptan las tecnologías como aliadas. Un capítulo con una clara invitación al encuentro con colegas, a aprender de y con otros con muchas pantallas de por medio.

El capítulo 3 se titula “La formación docente resignificada: un caso de estudio” invita a pensar en aquellas prácticas que ocurren por fuera del campo educativo y que ameritan ser incorporadas al mismo (ya que de alguna manera lo enriquece y problematizan). Y atención porque este

capítulo aborda un estudio de caso que da cuenta de la incorporación del trabajo con narrativas transmedia en la formación docente donde también se trabajó en formato transmedia. Esta última como práctica de creación y circulación de contenidos con un gran potencial pedagógico, valiosa para el ámbito educativo. Una experiencia que modifica la dinámica del aula, que cuestiona los roles-posiciones tradicionales, enriquece el proceso de enseñanza aprendizaje. Nos encontraremos con un capítulo con detalles muy interesantes en el desarrollo del estudio de caso.

Cierra la primera parte del libro el capítulo 4 “Rediseñar el aula en entornos virtuales: tres R en una propuesta pedagógica para el ingreso universitario” que parte de la reflexión sobre la práctica ante la inédita situación de la pandemia. Allí la autora pone el foco en la búsqueda de expandir (con nuevas estrategias pedagógicas y didácticas) las propuestas de formación en lectura y escritura para ingresantes a la universidad: las redes, lo recursivo y la retroalimentación. Un diseño que debió “aterrizar” en un entorno virtual, luego sería el territorio abonado para lo híbrido.

Es habitual tomar uno o dos capítulos para comentar pero nos parece sumamente importante destacar cada uno de ellos, con todo el riesgo que implica el condensar en uno o dos párrafos semejante trabajo de los y las autoras. Por eso a continuación seguimos el recorrido de la segunda parte.

El capítulo 5 “Las propuestas transmedia en perspectiva: participación, alfabetismos y tecnodidáctica” viene recargado con un bonus track, esa figurita buscada por todos, cuenta con una propuesta de herramientas (direcciones hacia donde orientar el diseño de una propuesta transmedia) para las y los educadores. Un capítulo en el que se profundiza la conceptualización de transmedia en el espacio educativo y se aborda la categoría de alfabetismos aumentados (que incluye el abordaje de las cuestiones críticas asociadas a la vida en plataformas). Veremos un recorrido que ofrece propuestas donde los estudiantes pueden elegir, proponer, generar convergencia, expandir y resignificar el conocimiento desde un abordaje que puede incluir lo lúdico, lo narrativo o incluso temáticas que no estaban pensadas para desarrollarse en el aula y se reconfiguraron para el espacio educativo. Un capítulo para leer y releer, con aportes sumamente jugosos y que no se agota en estos párrafos para condensarlos.

“Los consumos culturales en medios digitales y los saberes escolares a partir de Wattpad” es el nombre del capítulo 6, que ofrece los avances de una investigación de maestría que principalmente busca conocer, a partir del método etnográfico digital (Flores-Marquéz y González Reyes, 2021) la documentación y entrevistas en profundidad, las representaciones de jóvenes usuarios de la plataforma en torno a las prácticas de escritura que se dan allí. Los autores toman para analizar dos formas en que los jóvenes representan la escritura y las actitudes que despliegan estimuladas por la plataforma. Usando la metáfora de los autores ‘arroyo esta botella al’ mar al mismo tiempo que la preparo para ‘la góndola’ porque claramente el uso de estas plataformas debe despertarnos esas preguntas sobre los modos en que esas apropiaciones particulares de la escritura se vinculan con el ámbito escolar y su currículum (p. 149), con lo que proponen los docentes en sus clases.

El capítulo 7 “El aula interpelada: desafíos de las narrativas transmedia a las prácticas de enseñanza” presenta cómo las nuevas formas de leer y escribir, en particular las narrativas transmedia, desafían aquellos cimientos establecidos (sobre todo en la linealidad propuesta por el libro) dando lugar a diversidad de formas en que puede ser abordado el conocimiento, nuevas maneras de vincularse con el saber. El smartphone y las pantallas (como vehículos de la lectura) aparecen en el contexto de pandemia (y postpandemia) como gran aliado en el aula (mediador), una invitación de los autores a comprender la importancia que tiene y el impacto que puede tener en las prácticas áulicas.

El capítulo final nos deja pensando, provoca y pone sobre la mesa la necesidad de reconocer la complejidad del momento, reconceptualizar la didáctica, y su objeto de estudio. Así inicia el capítulo 8 “Expansiones didácticas. Entre prácticas y subjetividades emergentes” con una invitación a pensar prácticas que recuperen los mejores entornos para generar experiencias de aprendizaje y construcción de conocimiento.

En este capítulo me detengo y me atrevo a traer una cita sobre el lugar de los y las docentes “como pensadores, investigadores y recreadores en el marco de saberes múltiples que implican construcciones en red, entramadas, rizomáticas y, muchas veces, de orígenes indescifrables”. Algo que claramente también refleja el recorrido de los y las autores de este libro

y los procesos de transformación a los que dieron lugar y quienes claramente reconocen la complejidad del momento.

Lectura, escritura, relectura para reescribir estos párrafos, para que también este proceso sea una invitación, para el lector o lectora de esta reseña, a descubrir (o re-descubrir) aquellas experiencias que (nos)obligaron a repensar(nos) nuevas estrategias, a construir redes, proponer otras experiencias de circulación del conocimiento, nuevos espacios en donde predomina lo digital y sobre todo las bondades del formato transmedia y de la cultura participativa.

Hay algo importante que rescato de esta propuesta editorial que lo dice Azucena (entrevistada que aparece en el capítulo 6): “Escribir con ganas, con cariño, con mucha pasión”, es una producción que tiene todos esos condimentos.

Claramente la pandemia nos permitió tomar la distancia necesaria de nuestras prácticas habituales y ha sido una gran oportunidad para formarnos en “red”, para construir de manera colaborativa y “re-pensarnos en relación al trabajo de colegas y de estudiantes con los cuales se mantiene un vínculo de simetría y circulación del conocimiento que potencia los aprendizajes de manera transversal y los lleva a nuevos planos” (Lión y Ferrarelli, p. 8). Un camino que claramente visualizamos y apreciamos en producciones como la que presentamos en esta reseña.

Agradecer a Mariana Ferrarelli y a este gran equipo de autoras/es por la posibilidad de sumarnos a esta aventura desde la lectura y reflexión sobre un material que deja abierta las puertas para seguir escribiendo, pensando, diseñando en un mundo en donde la incertidumbre nos deja lugar para las experiencias expansivas y transformadoras. También un espacio que implica considerar las tensiones y competencias necesarias para surfear en estos escenarios. Finalmente un deseo para este preciado libro, que los mecanismos algorítmicos de las plataformas permitan disfrutar a muchos lectores de este material, que genere debate y muchos intercambios.



RAC
Revista Argentina
de Comunicación