

## **“ESCENARIOS Y CARTOGRAFÍA DE 15 AÑOS POR UNA COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA”.**

**Dra. Paulina B. Emanuelli**

En primer lugar quiero agradecer la invitación que me han hecho para participar en este panel, a la Universidad de Jujuy, a la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales y al departamento de Ciencias de la comunicación. Un personal reconocimiento a la Comisión Organizadora, a Ramón Burgos y Carlos González Pérez y en su nombre a todo el equipo de trabajo cuya anónimo aporte es fundamental para la realización de este Congreso. Muchas gracias a todos.

También quiero agradecer muy especialmente por sus valiosos aportes, a quien desde hace tantos años forma parte activa de este espacio, es Directora del departamento, me refiero a nuestra querida Mgter. Alejandra García Vargas.

## **“ESCENARIOS Y CARTOGRAFÍA DE 15 AÑOS POR UNA COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA”.**

**Dra. Paulina B. Emanuelli**

Sin dudas, el título del Congreso “*Mapas comunicacionales y territorios de la experiencia*” es ideal para este festejo de los 15 años.

Es que ciertamente la historia y evolución de REDCOM, remite a un entramado de voluntades y prácticas conjuntas, de acciones y conceptos en constante cambio.

Cambios similares a los del contexto, a las transformaciones en los medios y soportes de comunicación, evolución en las miradas teóricas y experienciales, desde donde se abordan y atraviesan formas de ver y pensar las problemáticas de las Carreras de Comunicación.

REDCOM surgió en una época y contexto particular.

Eran momentos de fuertes cambios políticos, sociales, económicos, culturales y teóricos que transformaron el país y el mundo y fuertemente el campo de la comunicación.

Un momento histórico particular, con un gran desarrollo de soportes, medios y procesos de comunicación digitales, que han ido definiendo y re-definiendo los conceptos y diálogos en la propia REDCOM, muy ligados a las ideas de “formación”, “práctica profesional” y “comunicación”.

Cuando surgió REDCOM a finales de la década de los 90's la escena política argentina, se encontraba hegemónicamente marcada por la ideología neoliberal y la búsqueda de consolidación del proceso de mundialización/globalización<sup>1</sup>.

Es decir, una escena nacional encuadrada en procesos a nivel macro económico con *una economía dominada por las multinacionales, la globalización de los mercados financieros con una fuerte concentración de poder.*

Este proyecto económico materializado en Argentina con una fuerte concentración económica y mediática, transformó el campo social y cultural, reconfiguró las tramas simbólicas que enmarcan la vida de las personas, sus subjetividades, saberes y vínculos. De esta manera, los sujetos encerrados en un marco de individualismo y descreimiento, se fueron aislando paulatinamente y los lazos, relaciones y entramados sociales, rasgando y destruyendo.

El ideario argentino se había integrado casi totalmente a este proceso hegemónico de globalización/mundialización en los años 90.

Desde entonces, las multinacionales propiciaron una nueva caracterización del trabajo - marcada por una fuerte flexibilización y precarización laboral - y lograron una fuerte autonomía frente a un estado complaciente, mas que débil, que priorizó el ingreso y sostenimiento de los capitales privados transnacionales fundamentalmente orientados al rubro servicios.

Dentro de esta línea de procesos económicos y políticos, la comunicación y por ende el periodismo ocuparon un lugar importante en la lucha por la instalación del modelo neoliberal. Es así que ha habido una sostenida construcción simbólica de legitimación económica en la mentalidad de época. Estas construcciones de lo simbólico se dirimieron en distintos espacios y oponían a representaciones, incumbencias y roles de estado - un estado “ineficiente” – un sector privado pujante, eficiente y eficaz.

---

<sup>1</sup> Globalización de las sociedades y mundialización de la cultura. Para profundizar sobre esta temática véanse las producciones sobre la temática de Armand Mattelard, Jesús Martín Barbero, Renato Ortiz, entre otros.

En este marco, la comunicación desde lo organizacional buscó optimizar el funcionamiento del mercado, servir a las empresas - especialmente de servicios -. Una comunicación que tenía conceptualmente una fuerte base en las teorías sistémicas organizacionales muy emparentadas con el marketing, relaciones públicas y publicidad.

Una comunicación que desde todos los frentes, incluso desde las producciones discursivas y el lenguaje, a través de los medios, contribuyó al “posicionamiento estratégico en el mercado” de diferentes empresas y hasta de instituciones de diversa naturaleza.

En este ideario la formación entre otros objetivos, proponía preparar profesionales “que logran exitosamente la desvinculación del personal obsoleto” o dicho de otro modo: “como despedir “antiguos” empleados que no cumplían con los requerimientos de dinamismo, eficacia y eficiencia planteadas como necesarias por la empresa.”

En ese momento en REDCOM ya se ponían de manifiesto, desde una mirada crítica, las preocupaciones por los problemas que generaba la globalización/mundialización. Así comenzaron las discusiones y preocupación por la formación de y propuestas curriculares de las carreras, en relación a la irrupción y desarrollo de las tecnologías, la concentración de poder y el rol del periodista y comunicador en ese contexto.

De esta manera y mientras REDCOM crecía y se consolidaba como institución que representaba a las carreras de comunicación, a partir de los años 2000, otro proceso se perfilaba: cómo pensar y trabajar los desafíos de la comunicación que se vislumbraban para este “nuevo siglo XXI”.

### **SIGLO XXI, nuevos escenarios y miradas teóricas**

Producto de cambios políticos, económicos y en los medios de comunicación con la explosión tecnológica, se fue desarrollando en América Latina<sup>2</sup> el proceso de mundialización/globalización, con múltiples transformaciones culturales y sociales. En ese marco, también se re-pensó, re-definió el espacio, espesor cultural y simbólico de los medios de comunicación masivos.

---

<sup>2</sup> Al respecto, vease la situación en Argentina expuesta en el próximo apartado.

Trascendiendo la concepción de los medios masivos como informativos y desde una perspectiva teórica político - cultural, se puso en valor el relato de los medios masivos y su relevancia en la construcción simbólica de las interpretaciones de los hechos.

Es decir, su importancia como constructores de sentido, valores y representaciones sociales en el campo social y cultural que reconfiguran las tramas simbólicas que enmarcan la vida de las personas, sus subjetividades, identidades, saberes y vínculos.

Si bien la globalización/mundialización se ha extendido en los 90s fuertemente en América Latina, su internalización en los países de la región, no ha sido homogénea.

En una época con desarrollo desigual del neoliberalismo en América Latina, se plantearon zonas o grietas donde este proyecto no terminó de cerrar el consenso social. En algunos casos, por problemas macro estructurales económicos que marcaron la escasa adopción y accesos tecnológicos y en otros casos debido a las trayectorias culturales hegemónicas que resistieron a los embates. Poco a poco y frente a nuevos proyectos y propuestas políticas en la región, se fue evidenciando que parte de los argumentos del proyecto neoliberal, que fueron hegemónicos en décadas pasadas, perdieron valor en las nuevas propuestas políticas de la región de este nuevo siglo.

Nuevas temáticas, preocupaciones y conceptos se fueron gestando en estas grietas de sentido de la globalización/mundialización y a los antiguos problemas de exclusión y marginación económica se incorporaron otras problemáticas en el campo de la cultura y la comunicación.

Problemáticas relacionadas con las migraciones internas y externas, los pueblos originarios, estudios sobre género, sobre la cultura queer, begana, violencia y sus marcas, entre otros.

Se puso en valor la “emergencia” de sectores y actores sociales, económica y/o culturalmente, marginados o excluidos.

A raíz de estos nuevos escenarios contextuales, re-aparecieron y comenzaron a revisarse viejas y nuevas miradas teóricas. También a consolidarse algunas perspectivas y a formularse nuevas preguntas y respuestas...

La preocupación pasó a centrarse en los procesos de interculturalidad e industria cultural, políticas públicas por la democratización de las sociedades, migraciones internas, externas e inclusión socio- cultural. Crecieron entonces, miradas integrales

como: la de los estudios culturales y la teoría de la descolonización del conocimiento, estudios sobre estado, políticas públicas de comunicación y medios de comunicación, estudios sobre política y construcción simbólica, estudios sobre identidades y subjetividades, comunicación, territorios y migraciones, entre otros.

Actualmente, muchas de estas miradas y perspectivas teórico - políticas están presentes en nuestras unidades académicas, así como en décadas pasadas otros los marcos teóricos de preguntarse, buscar respuestas y formar profesionales.

### **SIGLO XXI, desafíos para una comunicación democrática en Argentina.**

Con la fuerte crisis del año 2001 en Argentina, el proyecto económico neoliberal comenzó a cuestionarse y acorde a lo que venía sucediendo en otros países Latinoamericanos, un nuevo proyecto político, económico y cultural comenzó a gestarse en Argentina y la región.

A partir del año 2003<sup>3</sup> un nuevo modelo comienza a proyectarse en Argentina. Surgen políticas públicas y un fuerte replanteo del rol del estado, sosteniendo la idea de igualdad social y de oportunidades para todos. Esta nueva voluntad política comenzó a plantear un ideario que posibilitó la sanción de numerosas leyes<sup>4</sup> con el propósito de generar un mejoramiento de las condiciones de vida y un proceso de transformación social y cultural en Argentina.

Este replanteo de rol del estado, en el campo comunicacional fortaleció la idea de una comunicación mediática como bien público y social al servicio de todos los ciudadanos y no al servicio de monopolios que responden a intereses puramente económicos.

Creció la idea de una comunicación participativa, que respetara y garantizara la libertad de expresión y el derecho a informarse como derecho humano, que promoviera la inclusión de los ciudadanos en los procesos de producción, circulación, reconocimiento y distribución de diversos productos culturales.

Una comunicación que reivindicara y promoviera las manifestaciones locales y regionales de la pluralidad informativa y cultural de la producción nacional y asegurara espacios de participación ciudadana.

---

<sup>3</sup> Coincidiendo con el mandato del entonces Sr. Presidente Néstor Kichner, la concepción de igualdad social y de oportunidades para todos los sectores se está impulsando simultáneamente en varios países de Latinoamérica.

<sup>4</sup> La Ley de Tierras, el Estatuto del Peón Rural, Casamiento Igualitario, entre muchas otras.

En la línea de re-definir la comunicación según el contexto y desde la teoría y práctica política, se recuperó la idea de los medios como espacios medulares en la construcción de ciudadanía a través de la participación de los vecinos, con el objeto de permitir un ejercicio democrático pleno, de inclusión, integración y desarrollo.

Creció la idea de que “no habrá democracia plena sin democratización de la comunicación” lo que implicaba poner un freno a la concentración y al monopolio mediático.

Con estas preocupaciones e integrando la “Coalición por una radiodifusión democrática” junto con numerosas organizaciones de derechos humanos, o sociales y sindicales, medios y asociaciones comunitarias, REDCOM y las carreras de comunicación, fijaron su posición a favor, hicieron sus aportes y se pusieron a disposición para apoyar de todas maneras posibles, la sanción de la nueva “ley de medios”. Fue una lucha larga, con mucha participación y movilización de toda la sociedad en la cuál, las Carreras de Comunicación jugaron un papel importante.

En este marco político y social, luego de una gran búsqueda de consenso a través de múltiples acciones (foros de debate, radios abiertas, paneles de discusión, marchas...) se sancionó la Ley 26522, Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Con la propuesta de la Televisión Digital, una Tv gratuita para todos, se fundó la idea y anhelo de democratización de la comunicación.

Tanto la sanción de la Ley como el impulso de la Televisión Digital plantearon nuevos retos a las carreras de comunicación social, y REDCOM contribuyó a pensarlos, discutirlos y asumirlos con una actitud proactiva...

Estos desafíos a las Carreras de Comunicación y por ende a REDCOM, como parte de las universidades, se relacionaron y relacionan fundamentalmente con la formación e investigación, capacitación, producción, articulación e intercambio con distintos sectores y organizaciones sociales.

Por primera vez en la historia de la comunicación en Argentina las carreras de comunicación tienen representación en el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual –COFECA-, es decir, posibilidad de colaborar y asesorar, junto a otros sectores sociales, en la política pública de radiodifusión. De hecho, REDCOM ha tenido y tiene representantes en ese espacio. Además, se han realizado numerosas gestiones proponiendo y solicitando la incorporación como carreras de comunicación a diferentes

espacios como la RENAUD. Se ha firmado un convenio con el Consejo Asesor y el de TV Digital para promover acciones conjuntas.

En términos de formación e investigación, REDCOM concretó numerosos talleres intercátedras, de revisión de planes de estudios y currícula de las carreras, de articulación de problemáticas de graduados, y varias actividades más para apoyar el reconocimiento y revalorización de la disciplina en organismos de acreditación nacionales.

REDCOM ha promovido redes como el PROUNCOS, la red de Profesorados de Comunicación Social, un espacio de articulación que sin dudas ha contribuido a mejorar la respuesta de las carreras a la necesidad de numerosos graduados que trabajan en el campo educativo nacional.

Siempre con el objetivo de formar comunicadores sociales capaces de intervenir en la producción de nuevas tramas simbólicas que reconstruyan una red discursiva que nos articule social, y solidariamente para consolidar una sociedad democrática.

### **Propuestas a futuro ...**

Sin dudas el desarrollo y la trayectoria de REDCOM se vio atravesado por la irrupción de estas nuevas propuestas políticas del escenario argentino fundamentalmente, en la última década.

Es justamente en este marco, donde se encuadran los desafíos de las universidades y especialmente de las carreras de comunicación y por lo tanto REDCOM.

La formación es el eje central de la Universidad, que debe ser académicamente sólida, de alta calidad, y considerar la inclusión de sectores que no tienen acceso a ella.

Un objetivo, en el que ya se está trabajando, es el de capacitar a la gente **para que pueda hacer uso de la palabra**. Y no sólo capacitar en términos de contenido, también en gestión de proyectos, locución, conducción y hasta en términos técnicos.

Boaventura de Souza Santos habla de la "universidad sin condición", de la universidad para la liberación, una universidad que acerque la academia a sectores populares y marginales.

Creo que estos desafíos que van de lo formativo, investigación, a la intervención desde el ejercicio profesional se plantean en varias instancias que nos acercan a distintas tareas:

- Adecuación de currículas de plan de estudio, programas y prácticas de las cátedras de acuerdo al espíritu de la Ley y sus necesidades de implementación.
- Producción de contenidos, circulación y distribución en red de los mismos.
- Talleres de formación y capacitación para la producción dirigido a distintos sectores y organizaciones populares.
- Formación de redes a través de foros, grupos de discusión para lograr la participación de distintos sectores y organizaciones sociales excluidos.

Hay un desafío que creo será muy importante para los comunicadores que esta relacionado con la extensión y el intercambio, es decir el trabajo en terreno y la planificación en el campo de las políticas públicas, esencial en este momento donde se están generando numerosas de ellas.

Al decir de Washington Uranga "...Las políticas públicas se han convertido en un ámbito privilegiado para la acción de los comunicadores, como espacio de construcción y como un lugar de aporte, desde la transdisciplinariedad, a la gestión más eficaz de lo público. La gestión de políticas públicas demanda de la comunicación en términos integrales, como proceso de intercambio y de diálogo entre actores que conforman la escena pública y como necesario instrumento de difusión de información. También como estrategias para la implementación...."(Uranga: 2012, 1)

En este sentido diseño e implementación de políticas públicas y comunicación implican la gestión de la comunicación y especialmente un rol del comunicador con la participación activa en todos los niveles de construcción de las políticas públicas: diagnóstico, planificación, ejecución e implementación.

La idea es capacitar comunicadores que puedan gestionar en las comunidades, con una activa participación de las instituciones públicas y privadas, así como de las organizaciones sociales, para fortalecer los espacios interinstitucionales locales y el desarrollo socio-territorial integral de la zona.

## **El comunicador articulador de políticas públicas<sup>5</sup>**

Estamos hablando de un comunicador “articulador de políticas públicas en territorio”.

Se trata de capacitar a - comunicadores articuladores - que trabajen fundamentalmente en la ejecución e implementación de políticas públicas, con el objetivo de promover desarrollos socioterritoriales integrales según la especificidad de la zona y su contexto.

Indudablemente este será un desafío para las instituciones formadoras de comunicadores. Deberán capacitar para generar destrezas, habilidades y competencias, para el desarrollo de esta tarea. Con un desafío importante y básico que es primordial: “saber escuchar al otro” desde el lugar, la posición y las expectativas del que habla.

Ese comunicador debería...

- a) Participar y promocionar la integración sociocultural, la participación ciudadana y la formación de grupos locales con capacidad de coordinar las acciones de los actores y las instituciones territoriales involucradas en la implementación de las políticas públicas.
- b) Promover el crecimiento del potencial productivo, cultural y social del lugar, para lograr el sostenimiento de una mejor calidad de vida, ambiente sano y alimentación saludable.
- c) Facilitar o propender al fortalecimiento de espacios interinstitucionales con la participación de organizaciones sociales, ciudadanos e instituciones locales atendiendo a las problemáticas propias del territorio a través del asociativismo y el cooperativismo.
- d) Proponer, a partir del conocimiento de las posibilidades que ofrecen los programas a disposición desde las políticas públicas para ese territorio, la difusión, apropiación y diseño de estrategias de participación de los distintos sectores intervinientes. En consecuencia promover la formulación de proyectos para ser gestionados por la comunidad ante instituciones financiadoras o gestionar sus propios recursos.

## **Concepción de comunicación para el desarrollo de la tarea<sup>6</sup>...**

---

<sup>5</sup> Estas reflexiones se han realizado partir de un trabajo de equipo interdisciplinario realizado desde la Secretaría de Extensión Universitaria, Universidad Nacional de Córdoba, en la localidad de Las Calles, Zona de Traslasierra, Córdoba. Agradezco la generosidad y participación en el intercambio de los integrantes del equipo interdisciplinario y de integrantes de las instituciones de la zona.

La tarea de este comunicador en terreno, debe iniciar reconociendo la complejidad, diversidad y diferencias socioculturales del entorno en el cuál está inmerso.

Debe indagar e interpretar los posibles puntos de articulación de las diferencias, en torno de los intereses y necesidades de grupos sociales que se reconocen a partir de matrices culturales distintas, para operar desde allí con relación al objetivo de integración socioterritorial.

Este comunicador debe identificar las diferencias y gestionar respetando las identidades culturales y los conocimientos previos de cada grupo involucrado.

La perspectiva de comunicación estratégica planteada por Sandra Massoni, está pensada como proceso o fenómeno complejo y en constante movimiento; que valora la emergencia de actores en torno a problemáticas, buscando facilitar espacios de encuentro. "...El "encuentro" es un núcleo de la mirada específicamente comunicacional y las estrategias dispositivos de comprensión/indagación que trabajan a partir de ese espacio en la constitución de un cambio social conversacional (Massoni, 2007: 5).

Desde esos puntos de articulación se pueden generar interacciones que posibiliten la resolución y o gestión de las necesidades colectivas.

Así, "...La interacción comunicativa permite ir formando y unificando voluntades colectivas, permite dar un objetivo común al grupo (un proyecto) y una interpretación homogénea de la realidad". (...) La posibilidad de que el individuo encuentre su lugar y defina su yo en un orden social, al interior de un grupo, depende de su participación en ese grupo". Por tanto, (...) la conformación de la identidad de yo colectivo se da en el movimiento ..."(París Pombo, 1990: 125).

Este comunicador debe propiciar el desarrollo de las capacidades de los sujetos implicados como agentes del cambio y transformación en sus propios territorios a partir del conocimiento de las posibilidades que ofrecen los programas a disposición desde las políticas públicas para ese territorio. Deberá además facilitar las herramientas para la difusión, apropiación y diseño de estrategias de participación de los distintos sectores intervinientes involucrados.

Sin dudas, este será un nuevo desafío más, que en este contexto deberán abordar, para la formación, las carreras de comunicación y REDCOM.

---

<sup>6</sup> Este punto se basa en los aportes y conceptos sobre Comunicación Estratégica elaborados por Sandra Massoni, parte de cuya bibliografía se utiliza en este trabajo.

## **Para Finalizar...**

Volviendo a la historia de REDCOM, creo que lo verdaderamente interesante del trayecto recorrido por esta institución en estos quince años, ha sido sin dudas la defensa y acciones políticas en pos de una comunicación democrática, plural, inclusiva e igualitaria.

Por mi parte, quiero decirles que realmente me siento orgullosa y afortunada de haber formado parte de este camino tantos años y fundamentalmente haber encontrado en el trayecto a tantos profesionales, compañeros, colegas, académicamente sólidos y políticamente comprometidos. Creo que ese rasgo ha sido el que más nos ha caracterizado.

Gracias a todos los que de una manera u otra han aportado a la construcción de esta red y con quienes renovamos el compromiso de seguir trabajando en pos de una comunicación democrática.

## **BIBLIOGRAFÍA**

EMANUELLI, P. y TRIMANO, L. (2012) “*Agroecología, comunicación y desarrollo socioterritorial*” ponencia presentada en 14.0 Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social realizado en Universidad de Lima, del 15 al 18 de octubre de 2012, en Lima, Perú.

MARTÍN-BARBERO, J. (2005): “Identidad y diversidad en la era de la globalización”. En: *Diversidad cultural. El valor de la diferencia*. Santiago de Chile. LOM Ediciones.

MASSONI, S. (2007): “Tres movimientos y siete pasos para comunicar estratégicamente”. En: “Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido”. Rosario. Homo Sapiens Ediciones.

- (2009): “Estrategias de comunicación rural: un modelo de abordaje de la dimensión comunicacional para el desarrollo sostenible entendido como cambio social conversacional”. En: *Tesis y trabajos de posgrado en comunicación rural*. Volumen I. 1º ed., Buenos Aires. Ediciones INTA.

ORTIZ, R. (1998): “*Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*” Santa Fé de Bogotá, Colombia: Ed. Convenio Andrés Bello.

PARÍS POMBO, M. (1990): “Crisis e identidades colectivas en América Latina”. En: *Certamen Internacional, V Centenario de la conquista de América*. DF México: Editorial Plaza Ibalde.

TRIMANO, L., y otr. (2012) “*El Trabajo Interdisciplinario Como Base Para La Construcción De Políticas Públicas. Desafíos De La Comunicación En La Argentina Actual*” ponencia presentada En Las Políticas Públicas XIV Congreso REDCOM Investigación y extensión en comunicación: sujetos, políticas y contextos. Universidad Nacional de Quilmes. Quilmes, Bs. As.

URANGA, W. (2012). *Gestión De La Comunicación En Las Políticas Públicas XIV Congreso REDCOM Investigación y extensión en comunicación: sujetos, políticas y contextos*. Universidad Nacional de Quilmes. Quilmes, Bs. As.