

## **Eje temático: Comunicación en las organizaciones**

### **Datos de autoras:**

**Lic. Marianela Morzán**

**DNI 28.237.108**

Licenciada en Comunicación Social

Auxiliar Docente de 1ra Categoría del Área de Comunicación Comunitaria – Facultad de Ciencias de la Educación (UNER)

Integrante del Proyecto Institucional de Extensión “Organizaciones Sociales y Comunicación” (FCE-UNER)

Alameda de la Federación 106 – Tel (0343) 4222033 – Paraná

**e-mail:** marianelamor@yahoo.com.ar

**Lic. Mara Muscia**

**DNI 20.404.808**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Auxiliar Docente de 1ra Categoría del Área de Comunicación Comunitaria – Facultad de Ciencias de la Educación (UNER)

Integrante del Proyecto Institucional de Extensión “Organizaciones Sociales y Comunicación” (FCE-UNER)

Alameda de la Federación 106 – Tel (0343) 4222033 – Paraná

**e-mail:** maramuscia@yahoo.com.ar

**Lic. Gretel Ramírez**

**DNI 22.261.169**

Licenciada en Comunicación Social

Profesora Adjunta Dedicación Simple del Área de Comunicación Comunitaria – Facultad de Ciencias de la Educación (UNER)

Integrante del Proyecto Institucional de Extensión “Organizaciones Sociales y Comunicación” (FCE-UNER)

Alameda de la Federación 106 – Tel (0343) 4222033 – Paraná

**e-mail:** gretelitaramirez@yahoo.com.ar

## **Título: Mapa de las Organizaciones Sociales de Paraná: una herramienta para el reconocimiento y la comunicación.**

### **Introducción**

En el año 2008 dio inicio el Programa Articulación de Saberes de las Organizaciones Sociales (PASOS) del Área Comunicación Comunitaria de la Facultad Ciencias de la Educación (UNER). En ese marco, una de las líneas de trabajo planificó la realización de un relevamiento de Organizaciones Sociales de la Ciudad de Paraná. En una primera instancia la idea fue conocer las OSC que funcionan en diversas áreas geográficas de la capital entrerriana y que se encontraban invisibilizadas para gran parte de la sociedad. La fragmentación del tejido social, la falta de redes, registros de datos y políticas públicas para el tercer sector fueron los disparadores para pensar una herramienta comunicacional muy simple, que posibilitara conocer las temáticas que abordaban las OSC y sus ámbitos de incidencias.

Un tiempo más tarde el Municipio de la ciudad crea el Departamento de Comunicación Comunitaria y Campañas con quienes se revén los datos relevados, y se acuerda la incorporación de ítems para poseer información más completa de las organizaciones sociales.

De esta articulación entre Municipio y PASOS surgió el *Mapa de las Organizaciones Sociales de Paraná-Primera Edición*, que contó con un relevamiento de 71 OSC de la ciudad y que se presentó a la sociedad en 2010.

En esta nueva etapa se redefinieron los objetivos poniendo énfasis en promover el conocimiento mutuo entre las OSC, fortalecer los lazos y el trabajo articulado, afianzar las redes sociales, facilitar la participación ciudadana, procurar una mayor visibilidad de la tarea de las organizaciones y la incidencia en las políticas públicas.

En el marco del proyecto se trabajaron en forma simultánea dos líneas de acción por una parte la *publicación* del material seleccionado, que dio fruto a la edición impresa del Mapa, por otra la elaboración de un *diagnóstico* de la situación comunicacional de las organizaciones de Paraná. El objetivo de este último fue visualizar la realidad de las mismas para generar espacios de formación acordes a sus intereses y necesidades;

entendiendo que las organizaciones suponen “una voluntad política común formalizada, para conseguir algo, para conducirse a sí mismos, pero sobre todo para relacionarse con los de “afuera” y captar beneficios, practicando de manera orgánica tácticas de conquistas y defensa” (Alfaro, 1988, p.8).

Desde nuestra perspectiva, la de la comunicación comunitaria, las OSC no son sólo un reflejo de la comunidad en la que están insertas, sino modelos de construcción colectiva cuyo objetivo es la transformación social a partir de las acciones compartidas. En este sentido, expresan los intereses de su colectivo y crean conciencia sobre cuestiones claves con el objetivo de influir en la política y en la toma de decisiones.

Asimismo estimamos de suma importancia analizar la tarea profesional en el terreno social considerando que “la intervención comunitaria se relaciona con una serie de elementos integradores y simbólicos que pueden servir en función de la reconstrucción de identidades en un escenario microsocioal”. (Carballeda, 2005)

Las formas en que se piensan e interactúan las organizaciones con su entorno van desde el extremo de ser un espacio solidario, austero, benéfico hasta aquellos que están en las antípodas de la democracia.

“En este sentido, los fenómenos comunitarios –en tanto colectivos- son producidos por varios individuos que interactúan, negocian y así comparten y construyen, en función de las restricciones y oportunidades del contexto sociohistórico, sus posibilidades de acción; acción que debe concebirse como proceso.” (Lois, 2008, p. 23)

A través del desarrollo del PASOS intentamos ahondar en el conocimiento sobre la lógica que atraviesa a las OSC, sus discursos, prácticas, experiencias, modos de hacer, etc., reflexionando desde la *praxis* en torno a estos actores sociales tan protagónicos en la transformación de nuestra sociedad contemporánea. De este modo promovemos la reflexión teórica en relación a las OSC “que representan un valor positivo inscripto en un plano simbólico, pero que resulta difícil expresar en el plano concreto.” (Lois, 2008, p. 24.)

La existencia de estas organizaciones implica un espectro de vivencias, acciones e iniciativas vitales que cubren diversas necesidades de la vida social. En palabras de Daniel Arroyo “Hay ciertas redes y una amplia trama de actores vinculados a lo social y cuyas acciones, con total pertinencia, deberían poder ser llamadas políticas públicas, ampliando el concepto más allá de las políticas que lleva a cabo el Estado”. (Arroyo, 2007, p.8-9). En muchos casos a partir de las tareas que realizan se hacen cargo de numerosas cuestiones ante las cuales el Estado no da respuesta.

Por ello consideramos que los integrantes de las OSC desarrollan profundamente el concepto de ciudadanía, entendido como el “derecho a tener derechos” en la voz de María Cristina Mata. Según la autora se es ciudadano “cuando uno puede expresar las demandas y las propuestas, que ha podido construir como fruto de un ejercicio colectivo de reconocimiento de necesidades e intereses y un ejercicio de análisis acerca de los poderes que niegan la posibilidad de satisfacerlas o hacerlas realidad.” (Mata, 2009, p.31)

Las posibilidades que se abren con el *Mapa de las Organizaciones Sociales de Paraná-Primera Edición* potencian esos modos de hacer ciudadanía a partir de facilitar el contacto y la puesta en común. En este punto se concentra la publicación instrumento que permite conocer de modo sistematizado los saberes que las OSC ponen a disposición de otras que lo necesitan.

Cabe señalar que la elección de la herramienta no fue azarosa, ya que el mapeo es una técnica muy sencilla que permite identificar a todas las personas y organizaciones que pueden ser importantes para el diseño, la proyección, implementación, o la evaluación de un proyecto específico.

Esta técnica permite conocer cabalmente desde el inicio de las acciones, los protagonistas que intervendrán en la tarea, de manera de planificar certeramente las estrategias que garanticen el mejor tránsito de la propuesta, para luego cualificarlas de acuerdo a características sustanciales para el desarrollo de la misma.

## **Elaboración de la Publicación**

Luego de una instancia de búsqueda y establecimiento de contacto con las organizaciones sociales de la ciudad, continuó la etapa de las entrevistas, en las que se realizó el relevamiento, se hicieron grabaciones y se tomaron y recopilaron fotografías. Luego se inició el trabajo de sistematización y digitalización de la información.

Podemos caracterizar esta primera etapa como un momento de “diálogo” entre el comunicador y los integrantes de la organización, dado que las entrevistas se sustentaron en una reflexión compartida que hiciera posible una resignificación de los propios procesos, de las estrategias, de las fortalezas y debilidades que se viven al interior de la OSC. En esta instancia consideramos que “el diálogo es comunicativo y para que esto exista, es necesario que los sujetos, recíprocamente comunicantes, estén de acuerdo; por lo que el contenido del conocimiento extendido se debe originar en un terreno común a los polos de la relación, en un proceso, como sujetos del conocimiento y no como recibidores del mismo.

Desde esta perspectiva, es preciso ver a los actores interactuando con la realidad, y es en esa relación dialéctica con la misma, que concebiremos un proceso de constante transformación y construcción, donde la relación universidad – sociedad sea promotora de acciones transformadoras.” (Menéndez, 2007, p. 6)

Finalizado este momento se efectuó la selección del material a publicar definiéndose los contenidos que formarían parte de la edición impresa, los que se consensuaron al interior del equipo integrante del proyecto, como así también con los responsables de las organizaciones involucradas.

Finalmente los datos que fueron incluidos son: nombre de la organización, número de matrícula otorgada por la Dirección General de Personería Jurídica personaría jurídica en caso de tenerla, nombre de un referente, dirección, teléfono, correo electrónico, blog y, página web. También se decidió incluir, una breve historia que contemple, los orígenes de la organización, las acciones fundamentales que se realizan y sus principales logros; la temática que trabajan, los objetivos y las articulaciones que mantienen tienen con otras OSC, el Estado y/u organismos que trabajan la misma temática.

Respecto a las fotografías, algunas fueron provistas por las organizaciones de acuerdo a su criterio en relación a las imágenes más representativas de su vida y otras fueron tomadas por los integrantes del equipo.

Para obtener un diseño equilibrado se pautó un número aproximado de palabras destinadas a la historia breve de cada entidad. En la redacción de cada una de ellas se intentó visibilizar los aspectos más relevantes de la vida organizacional, al mismo tiempo se tuvieron en cuenta las particularidades de cada institución, las que fueron respetadas a la hora de diagramar cada una de las páginas.

Para el diseño gráfico se trabajaron los sentidos que debía tener el material en especial al momento de definir inclusión de imágenes y la distribución de la información más destacada.

Además tanto para ilustrar la tapa, como algunos espacios del diseño interior se convocó a un artista plástico con quien se trabajaron imágenes significativas tanto para los actores involucrados en la publicación como para la comunidad paranaense.

Dentro de las ilustraciones se incluyen a la Municipalidad, la Facultad y a las Organizaciones en acción. Todas entrelazadas por hilos que se interconectan.

Terminada esta etapa se realizó una puesta en común del material con las organizaciones las que brindaron su conformidad respecto al material que se pretendía publicar.

Cabe señalar que la selección de toda la información incluida en la publicación se sustenta en criterios que tienen como finalidad dar a luz la diversidad y las especificidades socio-político-culturales que caracteriza a las organizaciones, evidenciando cuestiones propias a su identidad y su trayectoria.

La presentación del producto final denominado *Mapa de las Organizaciones Sociales de Paraná-Primera Edición* se realizó el 18 de mayo de 2010 con la participación de la mayoría de las OSC incluidas en la publicación, además de otras nuevas que manifestaron su interés de estar presentes para la 2da Edición, la que al momento de escribir esta ponencia se encuentra en elaboración.

La jornada consistió en la realización de talleres de intercambio de experiencias entre las organizaciones, coordinados por integrantes del Proyecto P.A.S.O.S. Durante los mismos se trabajaron los modos de socializar las formas y alternativas de organización social y comunitaria para poder seguir pensando instancias de participación y articulación que potencien el reconocimiento y la comunicación. En la presentación estuvieron presentes los medios de comunicación locales que amplificaron la llegada del material a toda la comunidad.

### **Algunas conclusiones sobre la situación organizacional de las OSC de Paraná**

En forma simultánea a la elaboración de la publicación impresa y teniendo como corpus el material obtenido a través del relevamiento, oportunamente sistematizada y digitalizada, se avanzó en la elaboración de un diagnóstico que permitiera echar luz sobre algunos aspectos acerca de la situación organizacional y comunicacional de las OSC de Paraná.

La base de la muestra analizada incluyó un total de 39 organizaciones de las 71 incluidas en el *Mapa de las Organizaciones Sociales de Paraná-Primera Edición*. Cabe señalar que sólo estas 39 respondieron al denominado cuestionario extendido<sup>1</sup>, a través del cual se registró la información sobre diferentes aspectos de la cuestión organizativa y comunicacional de dichas organizaciones, como así también de las actividades sociales que cada una lleva adelante.

A partir de la lectura de este relevamiento se observa lo siguiente:

- Del total de 39 organizaciones, un 87% posee Personería Jurídica, ante un 13% que, al momento de realizar el Relevamiento, no había tramitado u obtenido la misma. Entre las primeras, 26 (un 76%) son Asociaciones Civiles sin fines de lucro; 7 (21%) son Fundaciones y una es Cooperativa (3%).

---

<sup>1</sup> Se refiere a la encuesta elaborada en base al modelo del CENOC, Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad dependiente del Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales, Presidencia de la Nación y realizadas en el marco de la pasantía académica de la estudiante de la Licenciatura de Comunicación Social (FCE –UNER), Ma. Emilia Elizar.

En cuanto al TIPO DE INSTITUCIÓN, el 34% de las organizaciones se autodefinen como “organizaciones de defensa y promoción de derechos”; un 31% como de “ayuda solidaria/voluntariado” y un 13% son “organizaciones de trabajo con la discapacidad”; un 10% se define como “bibliotecas”; otro 10% como “instituciones educativas/de formación” y otro 10% como “organizaciones de salud”.

En relación al MODO DE INTERVENCIÓN, un 54% se dedica al “asesoramiento”, un 46% a la “promoción y el fomento”, un 44% a la “defensa de derechos” y otro 44% a la “prevención”. Un 41% se dedica al “desarrollo de capacidades”. Como se deduce de estos porcentajes, las organizaciones señalaron más de un modo de intervención, dado que, al igual que en ítem siguiente –temática-, abordan más de una cuestión como objeto de su intervención y para enfrentarlas, ponen en juego diversas estrategias.

Con respecto a la TEMÁTICA que trabajan, el 59% se ocupa de temáticas sociales, el 41% de la salud, un 33% de la educación; el 26% de temas relacionados con la cultura y por último, un 18% se ocupa –respectivamente- de Deportes y Recreación, Ambiente, Género y Discapacidad.

### **Algunas conclusiones sobre la situación comunicacional de las OSC de Paraná**

En cuanto al tema específico de los MODOS DE COMUNICACIÓN que las organizaciones establecen con la comunidad, se puede observar que el soporte más utilizado es el gráfico, materializado en el uso de volantes (38%), afiches (33%), gacetillas e invitaciones (31%) y de avisos publicitarios (23%). Otros medios gráficos utilizados son, en menor porcentaje, cartillas, carteleras, boletines, periódicos, revistas, pasacalles y graffitis.

En segundo lugar se verifica el uso del “boca a boca” (un 31%) como el modo de comunicación más habitual al momento de difundir sus actividades.

Los medios electrónicos son el tercer soporte más utilizado, con un 18% de gacetillas vía mail, 18% de páginas web y un 15% de invitaciones vía mail. Le siguen los avisos electrónicos, blogs y boletines.



En cuarto lugar, son utilizados los medios audiovisuales, como por ejemplo la visita a programas de TV (15%) y la realización de spots y videos (8%). Por último, las organizaciones utilizan los programas y spots de radio en un 10%, micros radiales en un 8%, mientras que ninguna organización utiliza el soporte de la propaladora como medio para difundir.

Un 41% de las organizaciones manifiesta utilizar Internet, mientras un 38% no la utiliza. Con respecto a los fines de este uso, un 67% manifiesta que la utiliza para obtener información, un 64% para difundir información y un 51% para establecer comunicación entre los miembros de la organización. En menor porcentaje se menciona el uso de la red para participar en foros o administrar los mismos.

Sólo un 26% de las organizaciones cuenta con una persona responsable a cargo de la comunicación, mientras que la mayoría señala que todos (38%) y nadie en especial (23%) se hace cargo de la misma. Estas dos últimas respuestas generan, sumadas, un 61% de las organizaciones que no disponen de personal especializado en el área comunicacional, con las consecuencias que esto implica.

Teniendo en cuenta estos datos cuantitativos, podemos deducir que no es prioritario para las organizaciones designar la responsabilidad de la comunicación en una persona o grupo de personas. En general, la acción de comunicar a otros lo que la organización realiza, ya sea para difundir sus actividades como para darse a conocer, no es ejecutada por ningún integrante en especial, o bien aparece como una responsabilidad de todos los integrantes. En la mayoría de las organizaciones la participación de comunicadores sociales es realmente ínfima.

Cabe señalar que respecto a los medios de comunicación utilizados, en la instancia presencial de la entrevista se pudo observar que muchos integrantes de las organizaciones manifestaron usar sólo una parte de la lista de medios incluida en el cuestionario, a la vez que expresaron su sorpresa por la cantidad de posibilidades comunicativas que no habían sido contempladas por ellos en el accionar. Es así que aparece como contundente el uso del “boca a boca” –comunicación sin mediación técnica- y de características informales.

Por otra parte, los medios masivos que se utilizan suelen ser los más tradicionales: emisión de gacetillas en los diarios, afiches y volantes; participación en programas de radio y televisión y correo electrónico, limitándose a eventuales posibilidades de expresión y difusión.

En este sentido se puede concluir que las organizaciones no siempre visualizan la importancia de la comunicación en la vida de las mismas. En general no se la considera como una dimensión estratégica para darse a conocer o tener un mejor funcionamiento. Tampoco se la tiene en cuenta como una herramienta clave para fortalecer sus acciones en pos de la resolución de problemáticas comunitarias.

La falta de política comunicacional en las organizaciones también es –posiblemente- un factor interviniente en la falta de articulación con otras entidades; ya que ante la poca difusión de las mismas, disminuyen las posibilidades de que otras las conozcan y sin ese conocimiento, se restringen las posibilidades de articulación.

A esta información podemos sumar otros aspectos cualitativos observados en el trabajo en terreno. Estos son:

La falta de visibilidad de las OSC y de sus actividades es un rasgo frecuente que debilita la vida activa de las mismas, ya que éstas necesitan formar parte proactiva del conjunto de la sociedad en que se hallan insertas. Esta invisibilidad provoca la reducción de su potencia de gestión y la falta de protagonismo en la agenda social.

La dispersión y la fragmentación de sus acciones suponen un desaprovechamiento de sus recursos humanos, un desconocimiento del trabajo de los otros y por ende, el debilitamiento de sus fuerzas productivas para alcanzar las metas propuestas.

Los personalismos ponen en riesgo la continuidad de la vida organizacional, ya que si ésta descansa exclusivamente sobre fuerzas individuales y no sobre el trabajo mancomunado, la vida de la asociación se encuentra en situación de riesgo.

Se observa también una notable fragmentación y desconocimiento de las posibles articulaciones que se podrían mantener con la Universidad y con otros organismos del Estado.

## **Los interrogantes que se abren**

A partir de este recorrido podemos señalar algunas cuestiones que abren la posibilidad de ejecutar líneas de acción en el campo de la comunicación. Al respecto surgen las siguientes preguntas ¿Por qué la dimensión comunicacional no ocupa un lugar prioritario en las organizaciones sociales?, ¿Cómo resignificar la dimensión comunicacional en la vida cotidiana y su función en el fortalecimiento de las acciones y de la articulación de las OSC?, ¿Cómo pueden potenciar las OSC el uso de los medios de comunicación en su accionar?, ¿Cómo puede contribuir la Ley de Servicios Audiovisuales que habilita la instalación de múltiples medios comunitarios en la construcción social de las organizaciones?

## **El mapa, una herramienta para el reconocimiento y la comunicación**

La realización de este mapa permitió contar con una herramienta clave a la hora de formar una mirada acerca de la sociedad civil en Paraná. Esta herramienta nos muestra una sociedad civil heterogénea, fragmentada en diversos grupos, muchos de los cuales desarrollan sus actividades para lograr objetivos similares, pero que no realizan ningún tipo de coordinación entre sí. En este sentido, queda detallado que no es posible encontrar un actor social único, ni una única acción, sino acciones diversas, que conjugan distintos actores.

Este mapa, posibilitó con esto, que los diferentes agentes sociales de la ciudad tomen conocimiento del trabajo de las organizaciones y grupos sociales, tanto aquellos que, por su mayor desarrollo, son más reconocidos por el resto, como de los grupos cuya tarea es desconocida. Esto genera amplias posibilidades de contacto y conocimiento mutuo, punto de partida para la puesta en marcha de proyectos colectivos.

La demanda del mapa y la existencia de otros grupos que no habían sido relevados, llevó al desarrollo de un segundo mapa de las organizaciones, que será publicado en el 2012. La puesta en marcha de esta edición, requirió la revisión del cuestionario y la toma de contactos con unas 40 organizaciones más.

Asimismo, a partir de los resultados del *diagnóstico* de la situación comunicacional de las OSC de la ciudad de Paraná se pusieron en marcha dos proyectos, uno coordinado por la Facultad y otro por la Municipalidad, para realizar talleres de formación en comunicación para integrantes de organizaciones sociales. Ambos proyectos buscan formarlos para que puedan encarar la gestión de sus propios procesos de comunicación, de manera de lograr una mayor visibilización de sus acciones, una mayor comunicación en la comunidad en la cual llevan adelante sus acciones y así mismo, promover la generación de iniciativas articuladas.

Para finalizar y a modo de encuadrar este trabajo desde una visión más general, podemos afirmar que luego de la oleada de políticas neoliberales – hoy en crisis-, que llevo al Estado a un rol minimalista en los 90, podemos decir que se vislumbran indicios de una recuperación en cuanto a su papel en la generación de políticas públicas que den cuenta de la heterogeneidad de grupos y sectores que actúan en este escenario político, social, regional y transnacional modificado.

En este marco el PASOS, en tanto programa creado por universitarios obró de puente entre las organizaciones de la sociedad civil y el Estado, propiciando la construcción de un espacio de articulación de roles y lineamientos de trabajo, que permite resignificar la función del Estado posicionándolo como nodo generador de trabajo mancomunado y no solamente como mero articulador de demandas.

## Bibliografía

- ALFARO, Rosa María. “*¿Participación para qué? Un enfoque político de la participación en comunicación popular*”, Revista Diálogos de la Comunicación, noviembre 1988.
- ALFARO, Rosa María. *Una comunicación para otro desarrollo*, Calandria, Perú, 1993.
- ARROYO, Daniel. *Procesos en construcción. Experiencias y reflexiones desde lo social*, Ministerio de Desarrollo Social. 2007
- CARBALLEDA, Alfredo. “*La intervención en lo social, las problemáticas sociales complejas y las políticas públicas*” En Revista Margen N° 39, 2005.
- ERRO SALA, JAVIER. *Comunicación, Desarrollo y ONGD*. Hegoa, España, 2002.
- LOIS, IANINA. Apunte de Cátedra Taller de Comunicación Comunitaria. Comunicación Comunitaria y organizaciones sociales. “*Un espacio para la construcción del otro*”. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires, 2008.
- MATA, María Cristina, *Comunicación Comunitaria en pos de la palabra y la visibilidad social* en Construyendo comunidades... Reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria, Ed. La Crujía 2009.
- MENÉNDEZ, Gustavo, Documento preliminar sobre la incorporación curricular de la extensión universitaria en las carreras de grado de la UNL, 2007.
- SIERRA, Francisco. *Comunic@arte: Guía para una comunicación solidaria*. Centro Iberoamericano de Comunicación Digital, Facultad de Comunicación, España, 2006.