



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Maggiorotti, Alejandra Sabrina

Legajo:12353/3

Director de tesis: Javier Carou

Fecha de presentación: 17 de noviembre de 2015

***La comunicación sin fines de lucro.
El caso de la Sociedad de Fomento***



Malvinas Argentinas.

-BERAZATEGUI-

Ella está en el horizonte. Me acerco dos pasos, ella se aleja dos pasos más. Camino diez pasos y el horizonte se corre diez pasos más allá. Por mucho que yo camine nunca la voy a alcanzar.

¿Para qué sirve la utopía?

Sirve para eso: para caminar.

(Utopía por Eduardo Galeano)

Índice

Prólogo.....	Pág.5
Introducción.....	Pág.6-10
Objetivos.....	Pág.10
1. Las herramientas.....	Pág.11
1.1 Herramienta teórico conceptual.....	Pág.11-13
1.2 Sociedades de fomento.....	Pág.14-19
1.3 De la comunidad al barrio.....	Pág.20-24
1.4 La comunicación.....	Pág.24-26
1.5 La metodología.....	Pág.27-30
2. Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas. De la copa de leche al bunker político	Pág.30-32
2.1 Malvinas Argentinas desde adentro.....	Pág. 32-34
3. La intervención (Mayo de 2010 a Diciembre de 2013).....	Pág.35-38
4. El plan estratégico.....	Pág.39-41
4.1 Gestión del plan estratégico.....	Pág.42-51
5. A modo de conclusión.....	Pág.52
6. Anexos.....	Pág.53
6.1 Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas (capítulo de libro).....	Pág.53-54
6.2 Entrevistas.....	Pág.55-65
6.3 Bibliografía.....	Pág.66-67

Prólogo

Este trabajo ha sido realizado con el fin de acercar a los vecinos del barrio Meirana a participar e involucrarse en las actividades que la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, les propone.

Fue un trabajo arduo, el cual necesitó de golpear puerta a puerta, de realizar entrevistas, invitaciones, de charlas con los vecinos, y de la colaboración de la Comisión Directiva para llevar a cabo las distintas actividades propuestas, así como también lidiar con estructuras que se encuentran muy arraigadas en la historia institucional.

A título personal, he conocido a gran parte de los vecinos y me han podido conocer. Mi trabajo fue comprometido para con la institución, así como también para con los vecinos, escuchando sus demandas, sus felicitaciones, sus necesidades e intentando dar respuesta a cada una de ellas.

El camino no está terminado, hay mucho por hacer; pero la intervención ha dejado una gran caja de herramientas que seguramente sabrán aprovechar para seguir adelante con la misión de la institución.

Por mi parte agradezco, a todos aquellos caminantes, que me han acompañado en estos años, apoyándome para alcanzar lo que denomino mi propia utopía.

Maggiorottí, Alejandra Sabrina

INTRODUCCIÓN

Este proyecto se enmarca dentro de la categoría de Comunicación, Planificación y Gestión. La elección de esta categoría es a raíz de ser la más certera y adecuada a la orientación elegida para mí carrera; la cual me permitió realizar un trabajo de abordaje analítico y práctico dentro de la organización seleccionada. Se ha delimitado que su extensión será a todo el barrio Meirana y se realizará de manera conjunta con las autoridades de la Comisión Directiva de la Sociedad de Fomento y la participación de los vecinos del barrio, dónde aproximadamente habitan 2500 personas.

Las necesidades que a simple vista se presentan en Meirana son de índole ambiental, (caños de agua rotos, árboles que por su dimensión tapan las luminarias, falta de asfalto en algunas calles, etc.); por otro lado se puede observar que no hay un lugar cercano para los niños, adolescentes y ancianos que pueda satisfacer necesidades como apoyo escolar, actividades artísticas y actividades en relación a los grupos con capacidades disminuidas. Asimismo, los vecinos a partir de diferentes hechos que se han sucedido a lo largo de la vida institucional, como por ejemplo reuniones dónde el Intendente ha asistido para charlar con los vecinos, tienen la percepción de que la Sociedad de Fomento actúa como un apéndice de la Municipalidad de Berazategui y no como una organización autónoma que resulta mediadora entre el gobierno municipal y el barrio.

A saber algunas de las limitaciones que se han suscitado a la hora de realizar dicho trabajo fue la convocatoria hacia los vecinos del barrio, ya que éstos no participaban de casi de ninguna actividad de la Institución y se trataba de un fenómeno que se venía repitiendo desde hace muchos años. Este proyecto de comunicación estratégica en la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, pretendió la apropiación y reapropiación de la comunicación por parte de los vecinos, lo cual permitió pensar, discutir, informar, debatir y compartir ideas que tuvieran repercusión directa en el barrio donde se encuentra inserta.

La elección del tema de esta tesis responde a la necesidad que observo como miembro de esa comunidad de comunicar para el barrio, de informar y de formar lazos que permitan la unión de los vecinos, el fortalecimiento de los vínculos y la motivación para apropiarse de las organizaciones de la sociedad civil, como lo son en este caso las Sociedades de Fomento, con el fin de generar un bienestar común para el barrio y sus vecinos. Pensando que el principio de un gran árbol es una semilla, a la que quienes habitan a su alrededor deben fomentar el crecimiento.

*"La llamada sociedad civil (el sistema de organizaciones y asociaciones cívicas, incluyendo a los movimientos sociales, el espacio público y los discursos que los diferentes actores sociales producen y hacen circular), sin embargo, no es una entidad homogénea o libre de contradicciones. En palabras de una investigadora mexicana, "ni la ciudadanía ni la sociedad civil son realidades estáticas, sino campos dinámicos de luchas y disputas, ya que se trata de construcciones históricas que están expuestas a la intervención de los actores" (Bobes, 2010:37). La sociedad civil es un campo de batalla minado por múltiples y diversas formas de relaciones desiguales de poder. En consecuencia, en formaciones sociales tan fragmentadas como las sociedades latinoamericanas del siglo XXI, no tiene mucho sentido concebir la 'participación ciudadana' o el 'empoderamiento' en términos abstractos."*¹

La Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, está categorizada como una asociación civil sin fines de lucro; *"son entidades privadas, autogobernadas y no partidarias, cuyo objetivo es aportar al bien común. La mayoría de ellas se caracteriza por su capacidad de atender las necesidades más inmediatas en las comunidades donde están insertas, a través de acciones desarrolladas en las áreas de educación, salud, medio ambiente, derechos humanos y discapacidad, entre otras.*

Estas organizaciones denominadas del Tercer Sector, surgieron, como parte de un proceso en el que confluyeron la estabilidad democrática, el incremento de la pobreza y la menor injerencia del Estado en la atención de cuestiones básicas.

Pueden ser:

Organizaciones de base territorial y comunitaria, como entidades vecinales, sociedades de fomento, clubes, bibliotecas y cooperadoras escolares.

OSC: organización de la sociedad civil. Es un término sugerido por las Naciones Unidas para reemplazar la denominación negativa de no gubernamentales.

Organización del tercer sector: institución que no pertenece al Estado ni al sector empresario.

Cada una de estas entidades, a su vez, puede funcionar como:

Organización de apoyo: brinda servicios a otras instituciones.

Organización de base: presta atención directa a la comunidad.

¹ Falck Andrés- Paño Yañez Pablo. "*Democracia participativa y presupuestos participativos: Acercamiento y profundización sobre el debate actual*". Cap. 2 "*Más allá del Presupuesto Participativo: la participación como espacio de coordinación transversal de diferentes políticas públicas*". Pág. 35-36

Las sociedades de fomento, nacidas a partir de 1930, constituyeron una nueva expresión de acción colectiva para responder a las necesidades barriales. Hasta entonces, se habían priorizado las demandas de las comunidades en función de la procedencia geográfica de sus miembros"².

"En el año 2005, se promulga la ley 122-05 sobre la Regulación y Fomento de las organizaciones Sin Fines de Lucro, anterior ley 520, que entre sus considerando señala que las instituciones sin fines de lucro tienen gran importancia para el fortalecimiento y desarrollo de una sociedad civil plural, democrática y participativa, al favorecer la realización de objetivos de interés público o de beneficio para toda la sociedad. Que en términos reales o sustantivos, la ciudadanía remite a procesos de democratización donde los individuos buscan adquirir a través de reclamos y negociaciones derechos civiles, políticos y sociales, que en conjunto constituyen el estatus social que determina el sentimiento de pertenencia de la comunidad nacional y favorece la participación en la vida comunitaria. Que las Asociaciones sin Fines de Lucro traducen las iniciativas ciudadanas a partir de la voluntad de la ciudadanía de participar en la construcción de la sociedad, propiciando procesos de cambios democratizadores en la cultura y en las prácticas políticas que posibilitan un mayor control social sobre las acciones de los/as representantes políticos/as"³.

Es a partir de la promulgación de la ley 122-05, que la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, es una institución de suma importancia para el barrio y para sus vecinos. Es vital el funcionamiento de ésta, que a partir de la transformación que propone esta planificación estratégica, se convertirá en un fortalecedor de los derechos comunales y en un puente para gestionarlos con el Gobierno Municipal.

Este proyecto pretende relevar datos e información pertinente, para que a través de su análisis se pueda desarrollar en la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas de la ciudad de Berazategui, un plan de comunicación estratégica, que permita la comunicación y circulación de información tanto dentro como fuera de la organización en beneficio del barrio, así como también la apropiación de la misma y por medio de ésta la participación de los vecinos.

² <http://www.tercersector.org.ar/imagenes/Fasciculos/Fasciculo-03.pdf>

³ Falck Andrés- Paño Yañez Pablo. "Democracia participativa y presupuestos participativos: Acercamiento y profundización sobre el debate actual". "Construyendo una teoría a partir de la práctica. La experiencia del Presupuesto Municipal Participativo en municipios rurales de la República Dominicana (el caso Villa González)". Cap. XVI. Pág. 366.

Malvinas Argentinas, está ubicada en el barrio Meirana, en la periferia de la ciudad de Berazategui. El lugar se encuentra habitado por trabajadores de clase media, media-baja, quienes pugnaron desde los comienzos por el progreso del mismo, pero que no encontraron la manera de unirse en pos de un objetivo común y son solo unos pocos los que desde entonces, accionan para conseguirlo.

La Sociedad de Fomento abarca un radio de aproximadamente treinta y seis manzanas y es por ello que considero pertinente la implementación y puesta en marcha de un plan estratégico comunicacional donde la innovación sea realizada de manera conjunta con la participación de las autoridades de la organización, los socios y los vecinos, destinatarios directos del plan; así como también poseerá como destinatarios indirectos a las Sociedades de Fomento circundantes y vecinos de los barrios cercanos. Más adelante se ampliará la contextualización del barrio.

OBJETIVOS

Objetivo general de la tesis

El objetivo principal de esta tesis será el promover la apropiación de la comunicación formulada por la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas por parte de los vecinos, para generar la integración vecinal del barrio Meirana.

Objetivos específicos

Para poder llevar a cabo el objetivo principal propuesto, es necesario primeramente abordar y efectuar los cuatro objetivos específicos que se proponen indagar las modalidades de comunicación entre la sociedad de fomento Malvinas Argentinas y los vecinos del barrio Meirana. También identificar modalidades y circuitos de comunicación tanto interna como externa, existentes en la Sociedad de Fomento. Por otro lado se deben reconocer y analizar las necesidades de la comunidad con respecto a la institución. Por último formular un plan estratégico de comunicación para la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas que permita la realización del objetivo general.

1. LAS HERRAMIENTAS

1.1 Herramienta teórico-conceptual

Para hablar de planificación estratégica, primero se debe contextualizar cómo surge la planificación. Cuando hablamos de planificación debemos pensar en una acción que surgió para el desarrollo y la economía nacional de los países subdesarrollados. Luego con los años se comenzó a hablar de la planificación social que abarcaba aspectos como la vivienda, la salud y la educación de la población. Matus explica que *“la planificación es un proceso constante y continuo que acompaña la realidad cambiante del contexto donde se plantea”*⁴ y con esta mirada se ha intervenido en la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, eligiendo la corriente de la planificación estratégica para superar la situación en que la institución se encontraba.

“La planificación estratégica situacional, surgió de las críticas a la planificación normativa en la década de los 70’ y ha cobrado mucha vigencia en la década de los 80’ en la planificación social de organismos estatales. Ésta asume que los actores sociales identifican y explican problemas sociales a partir de su propio posicionamiento ó auto referencia y por lo tanto no solo planifica un actor, sino que todos los actores planifican desde su propia perspectiva y para construir su situación-objetivo”.⁵

*“La planificación estratégica es un modo de actuar emergiendo desde la realidad, teniendo en cuenta el modelo político de comportamiento que resulta de la actuación de los diferentes actores sociales que no tienen iguales objetivos, ni trayectorias de estrategias de actuación similares”*⁶. Cada actor planifica en base a su historia y sus vivencias, esto quiere decir que en una planificación estratégica habrá tantos puntos de vista como actores involucrados, a los cuales el comunicador debe darles causa y forma para llegar a un objetivo común planteado.

⁴ Matus en Ander-Egg, Ezequiel. *“Introducción a la planificación”*. *La planificación como elaboración de planes, programas y proyectos, y la planificación como estrategia*. Pág. 33. Ed. Lumen. Bs As. 1995.

⁵ Chaves Zaldumbide, Patricio. *“Breve análisis de los enfoques fundamentales de planificación social en América Latina”* 1996.

⁶ Pérez Serrano, Gloria. *“Investigación cualitativa. Métodos y técnicas”*. Modulo III. Fundación Universidad a distancia “Hernandarias”. Unidad V

"La planificación como conjunto de procedimientos que sirven de base para la racionalización y organización de la acción humana se aplica a cualquier actividad a través de la cual un individuo, grupo, institución u organización, quiere alcanzar determinados objetivos, mediante la formulación de un programa de acción"⁷.

La comunicación externa, es aquella que se dirige al público que se encuentra fuera de la institución; en este caso los vecinos del barrio donde se encuentra la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas. Ésta pretende informar de las actividades que la institución realiza en pos del barrio y del vecino que lo habita. La comunicación interna, en cambio, es la encargada de informar para el adentro de la institución; puede abarcar reuniones con el personal, carteleras, talleres comunicacionales, etc. El buen ejercicio de la comunicación interna produce y da como resultado un buen ejercicio de la comunicación externa.

Tanto la comunicación externa como la interna, trabajan de manera conjunta para lograr una participación en dos sentidos desde el adentro de la institución hacia el afuera y viceversa. De esta manera y con la puesta en funcionamiento de un plan estratégico de comunicación se podrá aumentar la participación y disposición de sus vecinos en las propuestas a realizar, utilizando a la organización como intermediaria. Así se estaría asistiendo en las necesidades básicas del barrio razón de ser y motivo por el cual la Sociedad de Fomento fue creada.

Para la puesta en marcha del plan comunicacional, no podemos perder de vista la gestión. La gestión es uno de los recursos más importantes a la hora de implementar cambios y transformaciones en la institución en la que se está trabajando. Según Norberto Chaves *"la gestión de la comunicación no es un área departamental, sino un nivel transversal a toda la organización y articulado con la dirección estratégica. Exige una integración vertical y horizontal que materializará una verdadera cultura comunicacional dentro de la organización"*⁸. No podemos dejar de lado la gestión técnica u operativa, que será la encargada de materializar los hechos y las acciones dentro de la institución. Una buena gestión comunicacional, como operativa fortalecerá el vínculo institucional tanto con la comunidad, como con el gobierno local. *"Se debe tender a lograr que la gestión pública, privada y social se complementen y actúen cooperativamente, fortaleciendo su relación y estableciendo los mecanismos adecuados de coordinación, con el fin de satisfacer adecuadamente las demandas de la ciudadanía y alcanzar el bien común"*⁹.

⁷ Ander-Egg, Ezequiel. *"Introducción a la planificación"*. Introducción, Pág. 15. Ed. Lumen. Bs As. 1995.

⁸ Chaves, Norberto. *"Comunicación global y gestión del cambio"*. Seminario sobre asuntos públicos. Módulo 5. Pág. 17. Universidad Austral. Argentina. Junio de 1995.

⁹ Korneli, Christoph. *"Manual de marketing y comunicación política. Acciones para una buena comunicación de gobiernos locales"*. Cap 3. 1.4. *"Claves de la modernización de la gestión"*. Ed. ACEP. Bs As. 2008.

Esta tesis de grado se encuentra orientada a mejorar la comunicación de la institución en cuestión; comprendiendo al concepto de la comunicación como aquel capaz de *"generar encuentros desde la alteridad, que es el reconocimiento de la diferencia. Se tiene en cuenta al otro como una persona que tiene características particulares y que es capaz de enriquecernos a partir del intercambio"*.¹⁰

A través de la comunicación, se pretende lograr la integración y la apropiación de la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, de parte de los vecinos del barrio Meirana. Esta institución se ha conformado como una asociación civil sin fines de lucro y *"es definida como una organización que surge de la mancomunidad de ideas y esfuerzos de un grupo de personas, tendientes a cumplir una finalidad de bien común"*¹¹; con esto quiero decir que los vecinos del barrio Meirana podrán hacer propios los mensajes producidos por la institución y de esta manera participarán de ella haciendo reclamos, aportando ideas, llevando inquietudes y colaborando para que el barrio funcione como una comunidad donde la Sociedad de Fomento sea el eje del mismo.

El barrio debe entenderse como un micro mundo, al igual que las familias; es un lugar por donde se transita, se vive, donde circula información, dónde se construyen amistades y enemistades, es *"un fenómeno constituido por dos rasgos: (a) una institución, esto es una forma específica de organización comunitaria, comprensible por sus aspectos sociales, sus actividades y sus vínculos culturales; y sería asimismo (b) un territorio, esto es un determinado lugar habitado, con ciertas características físicas naturales y artificiales"*¹², los vecinos, quienes habitan y forman parte de esta institución serán también el motor y actores fundamentales de este proyecto. Es esto lo que se conoce como cultura barrial; ésta *"entendida como un fenómeno compartido por todos los miembros de la organización, a partir del cual se genera sentido. Esto implica reconocerla como emergente, lo cual no excluye su condición de relativamente estable, ya que la noción de proceso alude tanto a la idea de reconfiguración como a la de dicha estabilidad. Que las pautas sean compartidas no implica que sean producto del consenso; nunca son totalmente aceptadas o rechazadas y se van forjando en el entramado de las relaciones cotidianas; el equilibrio de este sistema está en permanente tensión"*.¹³

¹⁰ Manual de herramientas de comunicación. *"Planificación para el desarrollo local"*. Módulo 1. COMUNICACIÓN. Año 2000.

¹¹ http://www.cedes.org/informacion/ci/publicaciones/nue_doc_c.html

¹² <http://www.consejodelacultura.cl/portal/galeria/text/text1840.pdf>

¹³ Documento de cátedra. TPM. *"Cultura Organizacional"*. 2008.

1.2 Sociedades de fomento

Las sociedades de fomento han nacido en los barrios de las manos de los vecinos en su gran mayoría inmigrantes, con la idea de urbanizarlos. En sus inicios las intenciones de éstas sociedades fueron fomentar la llegada de luz, agua, gas y asfaltos a los barrios y luego sus comisiones comenzaron a plantearse la tarea de trabajo social dentro de sus comunidades.

"Sus orígenes se remontan hacia la década de 1920, cuando se extendió el espacio urbano y se formaron barrios periféricos al centro de la ciudad. Así, surgieron asociaciones de vecinos para hacer frente a necesidades como la extensión de servicios públicos o la apertura de espacios de sociabilidad y educación. Frecuentemente, estaban vinculadas a las colectividades de inmigrantes, aunque luego el lazo connacional fue debilitándose y fue predominando la vinculación barrial. Actualmente las sociedades de fomento realizan múltiples actividades: demanda de mejoras urbanas para el barrio, talleres artísticos o educativos para los vecinos, organización de eventos deportivos o recreativos, etc. Son asociaciones en sentido amplio y, por tanto, en la jurisdicción nacional están bajo la órbita de la Inspección General de Justicia. Sin embargo, al ser organizaciones territoriales ligadas a los respectivos barrios, están a su vez sometidas a la legislación municipal.

*La Ley Orgánica de Municipalidades (sancionada en 1958 y actualizada en 1982) en su art. 27 establece que corresponde a la función deliberativa municipal reglamentar el funcionamiento de comisiones o sociedades de fomento. Por tanto, están reguladas por el municipio correspondiente, el cual les adjudica un radio de acción geográficamente delimitado y les atribuye amplias funciones, que incluyen la realización de mejoras edilicias y sanitarias, de actividades culturales y sociales. Por otra parte, al estar sometidas a la regulación municipal, sucede que no existe una normativa general para todas las sociedades de fomento, sino que es el órgano legislativo de cada municipio el que propone y aprueba las ordenanzas correspondientes. **Privilegian su organización inmediata con el Estado, y se mantienen como nexo principal entre éste y la comunidad.** Desde esta perspectiva, es común aludir a ellas como entidades intermedias u organizaciones comunitarias"¹⁴.*

¹⁴ Winik, Gastón- Gómez, Ariel. *"Modelos organizacionales. Las organizaciones sin fines de lucro"*. Unidad 3. Pág. 40. Universidad Tecnológica Nacional. Facultad Regional Buenos Aires. Año 2003.

Malvinas Argentinas, surgió en los 70's, como una unión vecinal y se conformó como Sociedad de Fomento en 1985 dentro de un contexto turbulento, a tres años de la guerra de Malvinas y a solo dos años de haber recuperado la democracia. Argentina era un país donde reinaba el temor de otro golpe, la inflación, donde la deuda externa llegaba a valores irrisorios y el Estado se encontraba totalmente incapacitado para responder a los reclamos sociales de la época.

El gobierno democrático de Raúl Alfonsín, no pudo resolver los problemas económicos y tuvo que adelantar las elecciones de 1989, dónde asumió como Presidente de la República Carlos Menem. El nuevo Presidente tomó como estandarte de su política económica la privatización de las empresas estatales como YPF, Aerolíneas Argentinas, los Ferrocarriles, Segba, Gas del Estado y Entel entre otras. Así comenzó el vaciamiento estatal en nuestro país. *"La nueva política alcanzó también al mercado laboral: se avanzó en la flexibilización de los contratos de trabajo, al tiempo que se reglamentaba restrictivamente el derecho de huelga y se reducía la capacidad de negociación de las grandes organizaciones sindicales. Luego de un cambio de moneda, la ley de Convertibilidad fijó la paridad del nuevo peso, que reemplazó al austral, con la del dólar, comprometiéndose el gobierno a no emitir sin respaldo y a satisfacer cualquier demanda de divisas o de pesos.*

El compromiso de no emitir obligaba al Estado a una drástica reducción de sus gastos, que resolvió desprendiéndose sistemáticamente de todas sus empresas: muchas fueron privatizadas y otras simplemente cerradas. A las transferencias o despidos de personal se sumó la paralización de las obras públicas, el recorte presupuestario en todas las áreas, incluyendo la salud y la educación, y hasta la reducción de las tareas de control y regulación propias del Estado".¹⁵

Este contexto socioeconómico revolucionado, vió constituirse a Malvinas Argentinas, como Sociedad de Fomento, una asociación sin fines de lucro que opera dentro de un determinado sector de la sociedad y como tal tiene como misión velar por el bienestar del barrio donde se encuentra y por los vecinos que lo habitan. Pero esta institución no opera aislada, ni alienada de su contexto; sino que pertenece y forma parte de un gran entramado social.

¹⁵ Romero, Luis Alberto. *"Breve Historia Contemporánea de la Argentina"*. Ed. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires. Argentina. 2001.

Contextualicemos...

Una institución no podría existir, sin una razón de ser dentro de una sociedad. Las instituciones son creadas por personas, para que cumplan y desarrollen una función en el lugar donde se han gestado; por ello deben poseer una misión que sirva como norte de la misma, ya que cuando no cumple con el objetivo para el cual fue creada la institución se desvanece. Sería ingenua una mirada que pensara que solo basta el buen funcionamiento de la organización; porque estaría perdiendo de vista el contexto en donde desempeña su actividad y la relación que establece o no con otras entidades (públicas o privadas) que se encuentran a su alrededor y en constante relación en la vida de una comunidad.

La comunidad de la que forma parte la institución, en este caso la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, es un punto común que comparten quienes la conforman; según René Koenig *"una comunidad es antes que nada una sociedad global de un tipo que tiene unidad local, con un número indefinido de instituciones, grupos sociales y otros fenómenos internos y, además, una gran variedad de formas de asociación que operan dentro de los mencionados agrupamientos y también esenciales contactos organizadores del exterior (sociales, económicos, legales, administrativos, etc.)"*¹⁶. La comunidad de Meirana, está comprendida desde la calle 132 entre las Av. 24 y Av. Eva Perón, hasta la calle 137. Está conformada por una escuela, un hospital zonal, la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, el museo de golf "De Vincenzo", una estación de servicio, dos corralones, varios mercados, algunos kioscos, cuatro salones para fiestas, un complejo habitacional, un expendio de leña y gas de garrafa, un video club, tres panaderías, una agencia de seguros, dos cajeros automáticos, tres peluquerías, dos farmacias, una remisería, una agencia de lotería, dos cotillones, un Pago Fácil, un Bapro Pagos, un vivero, una forrajería, una veterinaria, una casa de computación, un instituto de inglés, dos cibers, una Asociación Italiana, una heladería, dos consultorios odontológicos, una casa de venta de ropa escolar y otra de venta de ropa femenina; dos rotiserías, un estudio de abogados, un estudio contable, una pinturería y dos ferreterías. Circulan por ella solo tres líneas de colectivos; los cuales permiten a los vecinos del barrio trasladarse hacia Capital Federal, Quilmes o Florencio Varela. Para concurrir a otros destinos se debe ir hasta el centro de la ciudad de Berazategui o hacia la estación de trenes más cercana que se encuentra a diez cuadras del barrio Meirana, lugar de la intervención.

¹⁶ Anderson, Nels. *"Sociología de la comunidad urbana. Una perspectiva mundial"*. Editorial Fondo de Cultura Económica. México. 1960. Pág. 44-45.

Mapa del Barrio Meirana desde Google¹⁷.



¹⁷ Google Maps.

Mapa del Barrio. Meirana desde la perspectiva del vecino.



(Trabajo realizado dentro de los talleres propuestos por la Sociedad de Fomento).

"La comunidad fue pensada como una unidad global, en la que existen diversos tipos de organización social, también como una localización y, así mismo un lugar en el que la gente encuentra los medios para vivir. Así la vida en comunidad fue progresando en un desarrollo etapa por etapa. Los centros de este estímulo fueron los pueblos y más tarde, las ciudades"¹⁸.

"La comunidad se construye en relación con un territorio del cual se apropia como lugar de residencia, ámbito vital compartido, instrumento y escenario de prácticas sociales específicas, y fuente de imágenes que han de operar como núcleos generadores en la construcción de la identidad local. Por último señalar que al hablar de Comunidad, el mapa viene presentando en los últimos veinte años antagonismos, desintegraciones, anomias, exclusiones múltiples e inclusiones deficientes, discriminación entre iguales, competencia e individualismo, que han producido desgarramientos en los espacios micro, multiplicando la conflictividad. Sin embargo, y

¹⁸ Anderson, Nels. *"Sociología de la comunidad urbana. Una perspectiva mundial"*. Editorial Fondo de Cultura Económica. México. 1960. Pág. 45-50.

*al mismo tiempo que se presentan condiciones de desintegración, nos encontramos frente a oportunidades muy ricas de una profunda reorganización de las relaciones sociales*¹⁹.

En Malvinas Argentinas, es muy fuerte, la idea de trabajo en relación a los otros, ya que las tareas que se realizan en ella son desinteresadas, ad honorem y con el objetivo de mejorar la situación edilicia del barrio, de vecinos en particular, ya sea monetariamente o con algún servicio, por ejemplo oficiar de sala velatoria, salón de fiestas, etc. También se trabaja en pos de la salud de los vecinos, promoviendo la limpieza del barrio, el deporte y el arte, así como también la cocina saludable.

El trabajo se reconoce como una herramienta fundamental, para el funcionamiento de la institución, ya que el interés de un grupo de personas en el barrio, actúa como el movilizador del espíritu para que se posibilite el desarrollo de tareas de índole comunitaria. *"El poder de las comunidades locales ha sido ampliamente pregonado por los teóricos del desarrollo local. Esto no es una idea nueva en América Latina. Muchos investigadores sociales, ONG y agencias internacionales de desarrollo han estado promoviendo este concepto desde finales de 1960. Las definiciones varían y a menudo no son explícitas, pero la idea es generalmente la misma: la esencia de los procesos de desarrollo económico y social, de los proyectos de lucha contra la pobreza o de extensión del desarrollo sostenible reside en las comunidades locales"*²⁰.

¹⁹ Falck Andrés- Paño Yañez Pablo. *"Democracia participativa y presupuestos participativos: Acercamiento y profundización sobre el debate actual. El desarrollo local desde la economía, la política y la sociedad. Apostando a la integralidad de las políticas y a la integración de los actores"*. Cap. V. Pág. 100-101.

²⁰ Falck Andrés- Paño Yañez Pablo. *"Democracia participativa y presupuestos participativos: Acercamiento y profundización sobre el debate actual. Polis y Demos. El marco conceptual de la democracia local participativa"*. Cap. I. Pág. 42.

1.3 De la comunidad al barrio...

En el apartado anterior, he contextualizado el caso al cual he estado haciendo mención y para ello fue necesario comenzar desde un plano general como lo es la comunidad que contiene a la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, para poder aproximarnos a un plano un poco más particular como lo es el barrio, lugar geográfico donde la institución desarrolla su actividad.

La acepción de barrio en el diccionario, denota “*el exterior o las afueras de una ciudad*”²¹, en este caso podemos decir que Meirana responde a la categoría de barrio, ya que se encuentra ubicado aproximadamente a veinticinco cuadras del centro de la ciudad de Berazategui y sus construcciones son de casas bajas. Pero un barrio no es solo una porción geográfica; sino también un lugar que el individuo toma como referencia, lugar del cual se apropia, donde conoce y reconoce a quienes circulan y forman parte de él. *"El barrio es una consecuencia de la apropiación desigual del excedente urbano, concretada en el proceso de segregación. Su construcción histórica se dió como una consecuencia de la división del trabajo, ligada específicamente a la reproducción material de las clases trabajadoras urbanas"*²². Con esta concepción lo que se quiere decir es que el concepto de barrio deviene, de un proceso histórico de producción, apropiación y distribución de las riquezas; que se generó a partir del proceso de industrialización, donde la clase obrera se conglomeraba en las cercanías de las fábricas donde realizaban sus actividades. Estos conglomerados fueron creciendo en fuerza y número, conformándose de esta manera lo que se daría a llamar como barrios obreros.

*"El barrio no juega solamente el papel de ámbito donde suceden cosas, sino que aparece actuando como un valor en sí mismo, como eje de asunciones, preconceptos y disyuntivas, no se presenta como una condición neutra, sino relevante y significativa. El barrio (en su forma abstracta) constituye un valor principal cuando sirve de eje de distinción por encima de otro signo. Un valor constructor de una identidad social dolorida por el presente, por eso nostálgica, cuya recuperación puede lograrse mediante el conocimiento del barrio, como rescate de lo propio"*²³.

²¹ Gravano, Alejandro. *"Antropología de lo barrial. Estudios sobre producción simbólica de la vida urbana"*. Buenos Aires. 2003. Editorial Espacio.

²² Gravano, Alejandro. *Op. cit.* Pág.254.

²³ Ídem. (Pág. 42).

El barrio, así definido, es poseedor de una cultura propia; es por ello que se pueden escuchar dichos como ..."eso en mi barrio es pelea"... o ..."en el barrio tenemos códigos"...

El barrio, en su micro estructura representa el hogar, es por ello que también el dicho: "llegué al pago" representa la llegada al hogar, donde cada uno de sus habitantes tiene un punto de referencia. El barrio, posee una cultura propia, generada por cada uno de sus habitantes a partir de sus prácticas cotidianas. *"La cultura moldea las formas en que la gente come sus alimentos, hace política y comercia en el mercado, así como también da forma a sus modos de escribir poesía, cantar corridos y representar dramas. La gente no sólo actúa en relación a la realidad percibida, sino que no tiene sentido referirse a la independiente realidad "bruta" de la cultura. Los innumerables modos de percibir y organizar la realidad son específicos de la cultura, y no panhumanos"*²⁴.

El concepto de barrio del cual los que viven en él se apropian, se construye a partir del imaginario desde la contención, la seguridad de pertenecer a un colectivo, lugar donde se desarrolla su vida, donde acontecen momentos felices y tristes, que no solo son compartidos con su familia; sino también con quienes los rodean en este caso los vecinos.

*"La retirada del Estado de Bienestar durante las décadas del setenta y del ochenta es otra causa política fundamental del presente deterioro de las oportunidades de la vida de los residentes del gueto"*²⁵. Este pasaje donde Wacquant enuncia al gueto, es comparable con el barrio en cuanto al pertenecer a un espacio cerrado, aunque público. La pertenencia al mismo, la marcan los vecinos, al reconocer a los integrantes, el saber quiénes lo conforman y quiénes no. Esto es observable cuando se escucha decir a los vecinos **"este o esta no es del barrio"**. Esta frase enuncia un dentro y un afuera, marca la pertenencia al lugar dónde se reside.

"El barrio es pues, en el sentido estricto del término, un objeto de consumo del que se apropia el usuario mediante la apropiación del espacio público. Todas las condiciones se reúnen aquí para favorecer este ejercicio: conocimiento de los lugares, trayectos cotidianos, relaciones de vecindad (política), relaciones con los comerciantes (economía), sentimiento difuso de estar sobre un territorio (etología), tantos indicios cuya acumulación y combinación producen, y luego

²⁴ Rosaldo, Renato. *"Cultura y verdad. Cruce de fronteras"* Cap. 9. México. 1989.

²⁵ Wacquant Loic. *"Parias Urbanos. Marginalidad en la ciudad a comienzos del milenio"*. Cap. 1. Pág.83. Ed.

Manantial. Bs As. 2001.

organizan el dispositivo social y cultural según el cual el espacio urbano se vuelve no sólo objeto de un conocimiento, sino lugar de un reconocimiento. Por esta razón, y para retomar una distinción clave de Michel De Certeau, la práctica del barrio es signo de una táctica que sólo ocurre junto con "la del otro".

Todo lo que el usuario obtiene al "poseer" verdaderamente su barrio no puede cuantificarse ni representarse en un intercambio que requiera una relación de fuerzas: la experiencia aportada por la costumbre no es más que el mejoramiento de la "manera de hacer", de pasearse, de hacer su camino, por lo cual el usuario verifica sin cesar la intensidad de su inserción en el entorno social²⁶.

No hay familia como los vecinos...

"La prueba del vecindario es que los vecinos se conozcan o que tengan entre sí conciencia de la presencia de los demás y se conduzcan de acuerdo con ello. Como zona de trato mutuo el vecindario es pequeño. Si el agregado se divide en dos o más vecindarios, parecería que el nombre de comunidad debería aplicarse al grupo mayor".²⁷

El barrio nos remonta a la contención que encontramos en casa, pero también nuestras casas están compartidas con nuestras familias; entonces el barrio es aquello que compartimos con nuestros vecinos. "**Vecindad**, manifiesta la esencia de los fenómenos derivados de la proximidad espacial; y cooperación concentra los caracteres de una vida apoyada en condiciones comunes"²⁸.

Los vecinos se pueden definir a partir de dos categorías; primero la del vecino cercano que sería aquel que vive a los costados de nuestra casa, en la misma manzana, en la misma cuadra o en la primer cuadra anterior o posterior a donde se encuentra la vivienda en la que habitamos. Con estos vecinos compartimos situaciones cotidianas, saludos, encargos, peleas y hasta pueden ser buenos amigos o fervientes enemigos. La segunda clase de vecinos a considerar es la del vecino lejano o no tan cercano. Éste es aquel del cual tenemos información como: su nombre, su apellido, dónde vive, pero no tenemos una relación tan asidua como con los primeros. Podríamos catalogarlos de vecinos conocidos.

²⁶ De Certeau, M, Luce Giard, Pierre Mayol. "La invención de lo cotidiano 2. Habitar, cocinar" Pág. 12. Universidad Iberoamericana. 1996.

²⁷ Anderson, Nels. "Sociología de la comunidad urbana. Una perspectiva mundial". Editorial Fondo de Cultura Económica. México. 1960. Pág. 51.

²⁸ Anderson, Nels. Op. Cit. Pág. 100.

"La práctica del barrio implica la adhesión a un sistema de valores y comportamientos que fuerzan a cada uno a contenerse tras una máscara para representar su papel. Insistir sobre la palabra "comportamiento" es indicar que el cuerpo es el soporte, fundamental, del mensaje social proferido por el usuario. El cuerpo es el soporte de todas las mensajes gestuales que articulan esta conformidad es un pizarrón donde se escriben y por tanto se vuelven legibles el respeto, o el distanciamiento, de códigos en relación con el sistema de comportamientos"²⁹.

Dentro del barrio encontramos una mixtura entre estas dos clases de vecinos, lo que lleva según la personalidad de cada uno de ellos, a integrarse en mayor o en menor medida a las actividades que acontecen y de esta manera se tejen lazos de unión para cumplir determinados objetivos necesarios en el barrio (gas, luz, cloacas, etc.), según se crea necesario.

A partir de las metas que se quieran alcanzar, algunos vecinos deciden participar para que estas sean cumplidas. La participación de los vecinos que desean afrontar la responsabilidad de llevar adelante proyectos en pos del bienestar del barrio, pueden derivar en la conformación de uniones vecinales o sociedades de fomento, como lo es el caso del barrio Meirana con la conformación de la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, como espacios que los nucleen y den entidad a las propuestas que surjan para la mejora de las condiciones en las que se encuentra el barrio y quienes lo habitan. *"El espacio local es el que ofrece el mayor potencial para la interacción positiva y productiva entre los gobiernos y la sociedad civil"³⁰.*

De la unión vecinal a la sociedad de fomento...

Para lograr realizar las tareas que los vecinos creen necesarias en el barrio acuerdan reunirse en algún punto convenido, en un horario determinado. Para ello la comunicación por medio del boca en boca es fundamental, ya que permite elaborar una relación con la personas.

Si el grupo de vecinos comienza a gestionar los proyectos que surgen de esas reuniones, a partir de la formulación del lazo con la Municipalidad del lugar al cual pertenece el barrio; y este comportamiento se sostiene en el tiempo se estará frente a una unión vecinal. Ésta es el puntapié inicial para la ardua tarea de conformarse en una sociedad de fomento.

²⁹ De Certeau, M, Luce Giard, Pierre Mayol. *"La invención de lo cotidiano 2. Habitar, cocinar"* Pág. 14. Universidad Iberoamericana. 1996.

³⁰ Falck Andrés- Paño Yañez Pablo. *"Democracia participativa y presupuestos participativos: Acercamiento y profundización sobre el debate actual. Polis y Demos. El marco conceptual de la democracia local participativa"*. Cap. I. Pág. 42.

La unión vecinal comenzará a formalizarse a partir de un organigrama (no oficial), con el correr del tiempo y en relación a las actividades en las que ponga énfasis deberá tener un referente que posea una estrecha relación con el municipio para lograr gestionar actividades en las que el Estado tiene injerencia y a partir de allí comenzará un largo camino de militancia social, para que los vecinos formen parte de un plan común para el bienestar y crecimiento del barrio. Una vez logrado este paso, el siguiente será establecer una comisión directiva, pedir la personería jurídica para poder convertirse en una sociedad de fomento oficial y petitionar al gobierno local, un espacio en el cual poder desarrollar tareas sociales para el barrio.

*"Un grupo de personas que comparte afinidades e intereses puede reunirse para trabajar a favor de una cuestión social determinada. Sin embargo, no constituye una OSC hasta tanto sus miembros no establezcan una clara división de funciones, acuerden sobre los valores que movilizan la labor y definan la misión y los objetivos de su emprendimiento. Sólo cuando se formalizan estos aspectos se puede considerar que ese grupo humano conforma una **organización de hecho** o una **simple asociación**, denominadas de esa manera porque no cuentan con personería jurídica otorgada por el Estado. Una vez transcurrido un período de trabajo en conjunto, con una metodología y normas consensuadas, es posible que en la entidad surja la necesidad de constituirse legalmente a través de la inscripción en el órgano de contralor correspondiente"³¹.*

1.4 La comunicación

Retomando la noción de Comunicación, pensarla orientada a la planificación, no es solo pensar las estrategias que se pondrán en funcionamiento para resolver de manera puntual un problema comunicacional dentro de alguna institución; la comunicación es y debemos pensarla como una disciplina integral que no solo se enfoca en una problemática específica, sino que también lo hace de manera general. Esto le permite tener una visión amplia de la situación para luego pasar a lo particular. A partir de ella podemos elegir qué postura debemos tomar en la resolución de las problemáticas que surgen dentro de las instituciones y así beneficiarlas en tanto imagen, relación con sus públicos internos y externos; así como también en la relación para con la comunidad en dónde se encuentra desarrollando su actividad.

³¹ <http://www.tercersector.org.ar/imagenes/Fasciculos/Fasciculo-03.pdf>

Para las sociedades de fomento en este caso Malvinas Argentinas, la comunicación juega un rol protagónico, ya que para sumar a los vecinos a las actividades pretendidas; así como también al proyecto social que desarrollan, utilizan la comunicación verbal y/o escrita como la principal herramienta que ayuda a compartir con los vecinos las aspiraciones de la institución para con el barrio.

"Lo oral tiene un papel fundador en la relación con el otro. La oralidad constituye también el espacio esencial de la comunidad. En una sociedad, no hay comunicación sin oralidad, aun cuando esta sociedad conceda un amplio espacio a lo escrito para memorizar la tradición o la circulación del conocimiento. El intercambio social exige un correlato de gestos y cuerpos, una presencia de voces y acentos, marcas de la respiración y las pasiones, toda una jerarquía de informaciones complementarias, necesarias para interpretar un mensaje más allá del simple enunciado: rituales de ruego y de saludo, registros de expresión elegidos, matices agregados por la entonación, los movimientos de la cara"³². Es por ello que podemos considerar a "la comunicación como un proceso social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas, fase constitutiva del ser práctico del hombre y del conocimiento que de allí se deriva. De esta manera podemos decir que la comunicación se define por la acción, porque es a través de nuestras acciones que vamos configurando modos de comunicación. Pero, al mismo tiempo, la comunicación que hacemos de nuestra acción, el lenguaje que utilizamos, constituye el sentido y el contenido de nuestra acción"³³.

En las instituciones del tercer sector, como las sociedades de fomento, la comunicación apunta al cambio social, al desarrollo. Este tipo de comunicación hace hincapié en el *"papel de las personas como agentes de cambio y la necesidad de la capacidad para negociar y asociarse. La comunicación para el cambio social reconoce que las transformaciones abren posibilidades para formas de participación descentralizadas basadas en la comunidad."*³⁴

La comunicación para el cambio social, implica el construir con el otro y para el otro. Esta transformación va a estar dada por un proceso desde el espacio de intervención, cambio que transformará la realidad del barrio, que posibilitará y habilitará oportunidades, así como también democratizará y dará pluralidad a la toma de decisiones. Para ello se debe considerar a los vecinos

³² De Certeau, M, Luce Giard, Pierre Mayol. *"La invención de lo cotidiano 2. Habitar, cocinar"* Pág. 260. Universidad Iberoamericana. 1996.

³³ Uranga, Washington. *"Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales"*. Documento de cátedra. Taller de procesos comunicacionales. 2007.

³⁴ Waisbord, Silvio. *"Árbol genealógico de teorías, metodologías y estrategias en la comunicación para el desarrollo"*. Fundación Rockefeller.

del barrio Meirana y a la Comisión Directiva de Malvinas Argentinas como actores protagónicos de la metamorfosis. *"Dotada de una función redentora, la comunicación entraña la promesa de una nueva comunión, de una nueva comunidad."*³⁵

A partir de la comunicación, la apropiación...

Cuando hablamos de apropiación, hablamos de un mecanismo del ser humano, el cual le permite apropiarse de algo que no le es propio, que es externo y que logra hacerlo parte de sí, de naturalizarlo y consigue formar parte de su vida cotidiana. Al hablar de apropiación de la comunicación, a lo que nos remitimos es al apropiarse de los mensajes y mecanismos que hacen a la circulación de la información y la comunicación dentro de un determinado contexto. Éste es el objetivo de este proyecto en la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, que los vecinos hagan propia a la institución, que sientan que es parte de la comunidad y de cada uno de ellos; donde puedan plantear proyectos para el barrio, acuerdos y desacuerdos en función de las decisiones que se toman en el seno de la sede, etc.

La apropiación de la comunicación que circula en el barrio, ampliará la participación y posibilitará debates que enriquezcan la gestión de la comisión que se ocupa de la institución, así como los futuros proyectos considerados para la mejora del espacio barrial, la calidad de diálogo con los vecinos y el desarrollo vital de una buena mediación entre el barrio y el gobierno local; aspectos que deberán ser tenidos en cuenta para el desarrollo funcional de una comunidad.

*"Asimismo, promover la participación de manera culturalmente apropiada puede no sólo contribuir al desarrollo de experiencias significativas para los participantes, sino también aumentar la eficiencia y la eficacia del proceso de forma integral. En consecuencia, la participación debe ser respetuosa de prácticas culturales diferenciadas, identidades y roles de género, estilos de discusión y estructuras de liderazgo a nivel comunitario"*³⁶.

³⁵ Mattelart Armand. *"La Comunicación-Mundo. Historia de las ideas y de las estrategias"*. Siglo XXI Editores. Pág. 65. Cap II .Bs As. Argentina. 2003

³⁶ Falck Andrés- Paño Yañez Pablo. *"Democracia participativa y presupuestos participativos: Acercamiento y profundización sobre el debate actual. Polis y Demos. El marco conceptual de la democracia local participativa"*. Cap. I. Pág. 35.

1.5 La metodología

Cuando hablamos de metodología, nos referimos al método que vamos a utilizar para llevar adelante nuestra investigación o trabajo de campo. En comunicación tenemos varios métodos que pueden ser utilizados a la hora de la intervención en la institución; éstos pueden técnicas cualitativas o cuantitativas. En el caso de la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, se creyó pertinente utilizar técnicas cualitativas como lo son la entrevista, la observación y los talleres comunicacionales, éstas fueron las técnicas adecuadas para poder obtener información que ayudó a diagnosticar dónde sería necesario enfocar la planificación por parte del analista y de los miembros de la Comisión Directiva (CD) y nos otorgaron una mirada amplia de lo que sucede con la institución, así como también con el barrio.

Las técnicas:

La entrevista

"La entrevista es una técnica que nos permite obtener información. A través de ella descubrimos e interpretamos aspectos de la realidad que seguramente con una observación no podríamos hacerla. Por ejemplo: captar sentimientos, percepciones, preocupaciones, etc. Existen distintos tipos de entrevistas. Su elección tendrá que ver con aquello que busquemos, la necesidad, decisiones de equipo que están llevando a cabo el proceso investigativo y de relevamiento de información; como así también a partir de las características de la organización, grupo o comunidad.

Podemos encontrar una diversidad de tipologías; podemos distinguir entre entrevistas abiertas, en profundidad y semiestructuradas.

***La entrevista en profundidad** se utiliza con el fin de conocer determinada realidad a partir de la experiencia de los actores. En general se centra en una temática y se dirige al entrevistado tratando de dejarlo hablar, porque lo que importa es cómo lo expresa con palabras.*

Es una técnica mediante la cual el entrevistador sugiere al entrevistado unos temas sobre los que éste es estimulado para que exprese todos sus sentimientos y pensamientos de una forma libre, conversacional y poco formal, sin tener en cuenta lo "correcto" del material recogido.

La psicología de Rogers aplica que , caracterizado por la no directividad, la empatía con el sujeto, el evitar todo juicio de valor y el colocar al sujeto en situación de que él mismo descubra motivaciones subyacentes a sus hábitos de conducta".³⁷

“La entrevista semiestructurada lleva un guión de preguntas, pero tiene la flexibilidad de eliminar o agregar otras en el mismo momento en el que se está ante el entrevistado. La diferencia con la entrevista en profundidad es que no centra la importancia en el entrevistado; sino en el tema o la problemática de la que se pregunta".³⁸

La observación

*“Es una de las técnicas que usamos habitualmente en el campo de la comunicación para construir conocimiento, puede ser **No participante** (se trata de observar sin que los observados se percaten de que son observados) o **Participante** (siendo observadores, nos integramos al grupo, compartimos con los actores, asistimos a reuniones, etc.).³⁹*

"La observación interna o participante; es aquella en la que el observador participa en la vida del grupo u organización que estudia, entrando en conversación con sus miembros y estableciendo un estrecho contacto con ellos de manera que su presencia no perturbe o interfiera de algún modo el curso natural de los acontecimientos. El investigador se somete a las reglas formales e informales del grupo social, participa en los distintos actos y manifestaciones de la vida; tiene acceso a sitios de reunión exclusivos del núcleo. El observador además de estructurar en mayor o menor medida la situación y decidir si participa o no también debe decidir qué método de registro utilizar. Se pueden identificar dos sistemas: el registro narrativo y el código arbitrario.

1) Registro narrativo. *Un registro narrativo consiste en una descripción lo más detallada posible de la situación observada.*

³⁷ Pérez Serrano, Gloria. *"Investigación cualitativa. Métodos y técnicas"*. Modulo III. Fundación Universidad a distancia "Hernandarias". Unidad V

³⁸ Uranga Washington. *"El sentido de las técnicas en el diagnóstico desde la comunicación" Apunte de cátedra.* 2007.

³⁹ Ídem.

2) **Código arbitrario.** *El código responde a la pregunta de lo que se quiere observar, lo que implica una hipótesis tentativa tras la pregunta*"⁴⁰.

*“Los datos que recoge el investigador dependen de cómo él participe. En una participación pasiva el observador interactúa lo menos posible para conseguir una mayor objetividad, pero puede provocar hostilidad en los sujetos. En una participación activa, el observador maximiza su participación intentando integrar su rol con el de los demás y adentrándose en las tareas cotidianas que los individuos desempeñan; conoce así más de cerca las expectativas de la gente, sus actitudes y conductas ante determinados estímulos, las situaciones que los llevan a actuar de un modo u otro, la manera de resolver problemas familiares o de la comunidad. Tiene como riesgo, la subjetividad del sujeto.”*⁴¹

*“En suma, la investigación cualitativa es más adecuada para el análisis de los fenómenos complejos, para el estudio de casos, para el análisis de las homologías estructurales, para poner de manifiesto el parentesco lógico entre fenómenos sociales y para la descripción y estudio de unidades naturales como organizaciones y comunidades concretas.”*⁴²

Talleres comunicacionales

La exposición de ideas en el marco de talleres comunicacionales, es benéfica a la hora de la puesta en común de los diferentes puntos de vista que se tienen sobre la comunicación, la institución, el barrio, etc. De esta forma el analista puede detectar aciertos y desaciertos del plan en marcha y necesidades que surgen tanto con el público interno, como con el externo o una triangulación de ambos. Es una técnica que nutre al trabajo de campo y el trabajo científico.

“El objetivo que nos proponemos en un taller participativo es crear un espacio público que permita a los participantes hablar en unas condiciones horizontales. Un taller exige así una organización y un papel muy claro a los profesionales: son los responsables de llevar el taller, de que las condiciones de ese espacio sean preservadas. Sólo así se puede garantizar un espacio en el que los implicados puedan hablar y pensar dentro de un marco creado para ello. En este

⁴⁰ Falck Andrés- Paño Yañez Pablo." Democracia participativa y presupuestos participativos: Acercamiento y profundización sobre el debate actual . Técnicas cuantitativas y cualitativas aplicadas al estudio de los Presupuestos Participativos". Cap. VIII. Pág. 183

⁴¹ Pérez Serrano, Gloria. "Investigación cualitativa. Métodos y técnicas". Modulo III. Fundación Universidad a distancia "Hernandarias".Unidad V.

⁴² Pérez Serrano, Gloria. "Investigación cualitativa. Métodos y técnicas". Fundación Universidad a distancia "Hernandarias". Unidad 2. "La investigación cualitativa: Problemas y posibilidades".

sentido todas las herramientas que empleemos, así como la dinámica participativa que elijamos, tiene como objetivo facilitar el diálogo y la reflexión, generando unos resultados visibles para quienes participaron. Los técnicos deben garantizar ese espacio público que permitirá reflexionar conjuntamente sobre un problema que afecta a todos. Ese espacio garantiza a su vez que el problema sea tratado desde un punto por encima de las particularidades, aunque propiamente sea tratado desde las mismas particularidades de los implicados. Digamos que siempre partimos de lo que las personas sienten y viven para formar progresivamente una imagen general del conjunto de los participantes. Si tenemos clara esa disposición, la dinámica del taller va a ser más sencilla, pues permite desviar todos los problemas hacia ese punto de reflexión colectiva y pública, siempre en torno al problema que nos ocupa y no a otros problemas"⁴³.

2. Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas. De la copa de leche al bunker político.

Años de crisis

La Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, en la década del 90' tuvo un rol activo dentro de la comunidad de Meirana. Gobernado por el Dr. Infanzón, el Partido de Berazategui en general y el barrio Meirana en particular, soportaban un déficit de grandes proporciones en los servicios públicos.

La castigada economía de la época impulsó a la Sociedad de Fomento, con la Sra. Petrona Ramos como presidente, junto a las manzanas , (un grupo de mujeres que realizaban trabajos comunitarios, en la gestión del gobernador Eduardo Duhalde, a las cuales su esposa Hilda Beatriz "Chiche" González de Duhalde, las llamó así por ser referentes dentro de los barrios y otorgar la copa de leche a los chicos) cedieron el espacio del salón de la institución para que se puedan dictar clases de apoyo escolar para los niños del nivel primario, quienes necesitaban ayuda y no podían pagar profesores particulares. Esta actividad se llevó a cabo hasta el año 2000.

Con el paso de los años y de las políticas Estatales, la copa de leche y las clases de apoyo dejaron de brindarse. La Sociedad de Fomento se volcó a lo que eran las actividades deportivas, como el fútbol y comenzó a participar de torneos zonales en los cuales han ganado gran cantidad de trofeos.

⁴³ Falck Andrés- Paño Yañez Pablo. "Democracia participativa y presupuestos participativos: Acercamiento y profundización sobre el debate actual. La democracia en acción: participación de la ciudadanía en la gestión pública. Metodologías Participativas y Presupuestos Participativos". Cap. 7. Pág. 164.

Esa actividad según la Sra. Petrona dejó de llevarse a cabo, ya que los niños, de las categorías que participaban, simplemente no participaron más o los padres que los llevaban, ya no lo pudieron hacer y el traslado se convirtió en un problema que no pudieron solucionar.

Con la crisis que tuvo que afrontar nuestro país en el año 2001, la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, sin proponérselo se convirtió en un Elefante Blanco en medio del barrio Meirana. Los vecinos, dejaron de asistir y de participar en cualquier clase de eventos que realizaban, ya que la gran mayoría ni siquiera se enteraban de que se desarrollaría alguna actividad y muchos de los que se habían quedado sin trabajo se volcaron a los clubes del trueque, que les permitían intercambiar objetos, mercaderías y ropa para poder subsistir ante la crisis que había dejado el Gobierno de Fernando De La Rúa. La Sociedad de Fomento se vió obligada por la situación por la que estaba pasando el país de plena crisis económica a convertirse en bunker político; ya que la necesidad de pagar impuestos y mantener la sede hacían que fuera una de las únicas formas de obtener dinero mediante subsidios otorgados por el Gobierno Municipal.

El entonces intendente Dr. Juan José Mussi, asistía a la sede del barrio Meirana, donde se llevaban a cabo mateadas con los vecinos, para que éstos expusieran lo que necesitaba el barrio, en pos de políticas públicas y materia de seguridad, así como también de salud pública cuando el Hospital Zonal General de Agudos, formaba parte de la política municipal. A partir de allí la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, se convirtió en referente del Mussismo que volvería a ser electo en el distrito de Berazategui en 2003.

Malvinas Argentinas ofició de Unidad Básica del Partido Justicialista local representado por el "Mussismo"⁴⁴, cuando debían llevarse a cabo las elecciones, tanto las presidenciales, como las de medio término (legisladores, diputados y concejales). Esto le permitió, obtener hasta dos subsidios por año y el beneficio de "levantar el teléfono" para hacer algún reclamo y que éste fuera escuchado y a la brevedad solucionado.

Esta práctica de beneficio mutuo entre el Municipio y la Sociedad de Fomento, fue resignificada por los vecinos, como si la institución fuese un apéndice del Gobierno Municipal. Esta conducta, por aquel entonces hizo que algunos de los vecinos comenzaran a ver a Malvinas Argentinas con cierto recelo. En las entrevistas con Heliodoro Gómez y Raúl Correa, ex - integrantes de la Comisión Directiva de Malvinas Argentinas se puede corroborar esta mirada desde sus dichos: *"La Sociedad de Fomento tiene que ser apolítica, a pesar de que cada uno tiene*

⁴⁴ Cuando refiero a Mussismo refiero a la figura del caudillo del PJ histórico en Berazategui el Dr. Juan José Mussi, quién siempre fue acompañado por su hijo y actual Intendente Municipal el Dr. Juan Patricio Mussi.

su ideología política. Ese es el factor principal para que funcione una entidad".⁴⁵ "Por ahí están haciendo mal las cosas desde la comisión, porque cuando dejan entrar temas políticos, ya tienen mucho que ver con que la gente se vaya. Puede ser por eso, divide a las personas por partido político. A la Sociedad de Fomento siempre le costó mucho hacer cosas, porque siempre tuvo que estar ligada a algo. Por sí solos nunca vinieron y ofrecieron, sino que vos tenías que buscar, buscar y buscar. Por ello muchas Sociedades de Fomento se ligan un poco a la política para conseguir algo".⁴⁶

2.1 MALVINAS ARGENTINAS DESDE ADENTRO

En el primer acercamiento que se logró tener con la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas allá por mayo de 2010, todavía no tenía definido cuál sería el motivo de intervención para llevar a cabo mi tesis. Fui recibida por Petrona Ramos, quién era la Presidente de la Comisión Directiva. En ese momento ella y algunos miembros de la comisión estaban tomando unos mates. Me presenté, le dije que era vecina y le comenté el motivo de mi visita y cuál sería el beneficio para su institución. A partir de aquella charla comencé a visitar la Sociedad de Fomento de forma asidua, en diferentes momentos del día (mañana y tarde), comencé a conocer a la gente que trabajaba dentro, a charlar con ellos, a preguntar sobre lo que creían necesario; comencé a concurrir a las reuniones de la Comisión Directiva, en donde a veces fui bien recibida y en una oportunidad echada por un grupo minoritario de la misma, por problemas internos que se sucedían dentro de la institución y de los cuáles no querían que yo participara. En ese instante llegué a pensar que este trabajo podría truncarse en cualquier momento, ya que además el malestar dentro de la comisión era creciente. Fue esta la situación que detonó que en febrero de 2011 se me propusiera pertenecer a la nueva comisión que se estaba gestando; ya que Petrona pensaba que la propuesta que le había hecho debía concretarse. Fue por ello que acepté ocupar el cargo de Secretaria de la institución, porque me otorgaba tranquilidad de acceso para llevar a cabo el trabajo y podía mantenerme lo más extrañada posible en mi rol de analista.

⁴⁵ Entrevista a Heliodoro Gómez. Anexo.

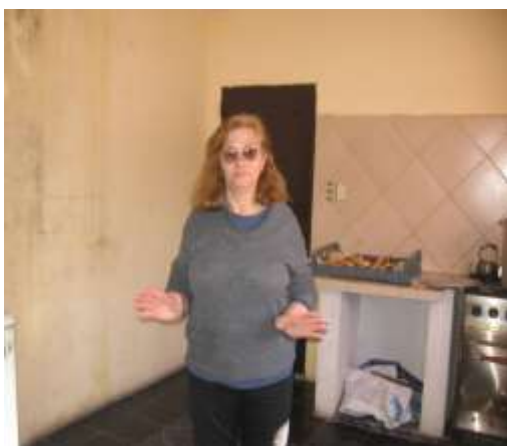
⁴⁶ Entrevista a Raúl Correa. Anexo.

El comienzo de la intervención.

Para comenzar con la intervención en la Sociedad de Fomento, creí pertinente indagar la pirámide organizacional para saber quiénes conformaban la Comisión Directiva y qué cargo tenía cada uno de ellos. En aquel momento los puestos que pude recomponer en la pirámide fueron: Presidente: Petrona Ramos; Vicepresidente: María Clemente; Secretaria: Yanil López. Prosecretaria: Beatriz Rivarola; Tesorero: Ramón Astorga; Protesorero: Gloria Osorio. 1ºVocal: Sr. Bustamante; Revisoras de cuentas: Sras. Rufina y Margarita.

El resto de la comisión no fue reconocida o no se acordaban quienes la conformaban, ya que hacía mucho tiempo que no los veían. Faltan 8 (ocho) miembros de un total de 16 (dieciséis) que deberían ocupar los puestos.

Petrona Ramos. Un personaje muy particular.



Petrona Ramos, es una mujer de 63 años, madre de dos hijos adultos, abuela de cinco nietos, costurera que sigue trabajando desde su casa; vive a una cuadra de la Sociedad de Fomento y se ha involucrado con el barrio desde sus inicios, allá por los 70's. Ella misma contaba en charlas que hemos tenido que cuando era joven en el campo que hoy en día se encuentra edificado, ubicado a metros de su casa y de la sociedad (24 y 134), por las noches escuchaban como el ejército buscaba a personas a los tiros. *“Teníamos mucho miedo”*, decía Petrona, mientras su cara se llenaba de angustia y me cambiaba de tema.

Luis Tamai, marido ya fallecido de Petrona, fue uno de los que conformaba el grupo que en primera instancia puso la piedra fundacional, creando la Unión Vecinal, que con los años se transformaría en la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas y quien comenzó con la construcción de la sede.

En 1993, Petrona llega a la presidencia de la institución, siendo la primera mujer en ejercer ese cargo. Acompañada de un grupo de diecisiete mujeres, comenzaron por resolver las necesidades más urgentes como dar la leche a los chicos del barrio, acercarles maestras particulares, poner en marcha un plan para gestionar la escrituración, la ampliación de la entidad (objetivo que pudo concretarse en 1995), alumbrado público, gas natural, cloacas, asfalto, entre otras. Este primer mandato se extendió hasta 1997.

En el año 2000, en medio de una crisis económica, Petrona asumió su segunda presidencia y puso a disposición la institución, la cual fue un apoyo para muchas familias brindando entre otras ayudas, la copa de leche, la apertura de un comedor comunitario, apoyo escolar y otorgando el espacio para reuniones de la tercera edad para contener a los abuelos del barrio. Esta vez la comisión estaría integrada por hombres y mujeres y se extendería hasta 2005.

Desde 2009, cuando vuelve a asumir la presidencia, Petrona entiende que la poca gente que participaba en la institución, se había alejado. Ya no había otras listas a la hora de elegir nuevas autoridades y decidió tomar la posta y hacerse cargo de la Sociedad de Fomento ante la Municipalidad.

A partir del momento de intervención en mayo de 2010 hasta diciembre de 2012 Petrona Ramos, se mantuvo en el puesto de presidente. Fue en los últimos días de 2012, donde se le propone cambiar su puesto al de vice-presidente; para mostrar transparencia en la gestión; ya que había llegado a oídos de la comisión, el rumor de la disconformidad de algunos vecinos, por la larga duración de la gestión de Petrona dentro de la Sociedad. *"Aparentemente la figura de Petrona está muy politizada y eso lleva al descontento del barrio".*⁴⁷ El cargo de la presidencia en 2013 fue asumido por Julio Torales quien fuera hasta ese momento tesorero de la entidad; luego de un breve período, en junio del corriente año renuncia al cargo y Petrona vuelve a asumir el cargo presidencial hasta estos días.

⁴⁷ Entrevista a Cristina Mereles. Anexo.

3. La intervención. (Mayo de 2010 a diciembre de 2013).

Las modalidades de comunicación entre la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas y los vecinos del barrio Meirana.

Para indagar las modalidades de comunicación entre la institución y los vecinos de Meirana, en una primera instancia fue pertinente realizar entrevistas con los integrantes de la Comisión Directiva para saber de qué manera ellos hacían llegar las noticias a los vecinos del barrio. De esta primera aproximación lo que pude observar fue que la modalidad de comunicación que utilizaban era el boca en boca; sistema común en este tipo de instituciones y quien era referente de este sistema de comunicación era su presidente Petrona Ramos, quien cuando se realizaba alguna actividad como los bingos o el loco, salía por el barrio a charlar con los vecinos. *"Antes nos comunicábamos con un auto que hacía propaganda o volantes. Ahora con el boca en boca, se habla, se comunica a los vecinos mediante la chica que cobra o la presidente"*⁴⁸. El sistema de boca en boca, como canal de comunicación es un sistema válido, que propone la interacción con el otro, el compartir e intercambiar opiniones, pero este sistema tiene como debilidad la dependencia de a cuantas bocas llegue la información y que ésta sea multiplicada por los vecinos, para que la información se extienda y llegue a todo el barrio.

Otra modalidad de comunicación, que he logrado observar es la pegatina en una de las puertas de la sede. Le llamo pegatina a un conjunto de hojas pegadas y encimadas, que publicitaban algún evento o actividad que fuese a realizarse. Lo positivo que podemos observar en esta manera de comunicar es que hay un principio y un reconocimiento de la necesidad de comunicar a los vecinos; la parte negativa de ello es que ante el amontonamiento y la pequeñez de las publicidades, los vecinos no se acercaban a ver de qué se trataba y por ende no se enteraban de las actividades propuestas. También pude observar que hacían algunos eventos aunque no con regularidad en las palabras de María Clemente, en ese momento vicepresidente de la institución: *"Yo ayudo cuando puedo, cuando hay alguna actividad (bingo o loco)"*.⁴⁹ Lo que no pude observar ni en la institución, ni desde las entrevistas que he realizado fue la existencia de carteleras o revistas institucionales; así como tampoco la realización de actividades para el día del niño o navidad.

⁴⁸ Entrevista a María del Carmen Clemente. Anexo.

⁴⁹ Ídem.

Por otro lado he realizado entrevistas personales a los miembros de la comisión conformada en el año 2010, donde pude observar que los integrantes de la misma, no sabían mucho sobre la historia de la institución, cuando pregunté el por qué de su nombre; ya que cuando se constituyó como unión vecinal se la llamó Unión vecinal Barrio Meirana; algunos me decían que podía llegar a ser porque cuando se constituyó como Sociedad de Fomento en 1985, estaba a flor de piel la guerra de Malvinas y otros desconocían el motivo. También he entrevistado a dos ex integrantes de la Sociedad de Fomento, que aún se encontraban con vida en 2010 y quienes me posibilitaron tener un panorama más amplio con respecto a la historia de la institución.

En las entrevistas se puede percibir que en los años 80's Malvinas Argentinas era una Sociedad de Fomento en pleno auge, donde los vecinos participaban y trabajaban por un objetivo común: El crecimiento del barrio. Heliodoro Gómez, ex presidente reconoce que aunque la institución estaba trabajando para las mejoras del barrio *"a veces también a la gente le falta colaboración. Cuando no hay colaboración, no se pueden hacer milagros"*.⁵⁰ Las tareas que realizaban eran en pos de los servicios esenciales como la luz en las calles, el agua, el asfalto, las veredas, el gas natural y la limpieza del barrio, así como también de los terrenos baldíos de la zona.

En palabras de Mercedes Mereles, ex cobradora de la cuota social de la institución y según su visión de los vecinos del barrio dijo: *"Yo creo que se haga lo que se haga acá, nadie va a estar 100% contento. La gente mayor es la que más participa de la Sociedad, pero lo que se necesita es gente joven para que se hagan cosas."*⁵¹

Se puede dar cuenta a partir de las entrevistas y las charlas con los miembros de la Comisión, de que el vecino tiene un rol central en la Sociedad de Fomento y que se encuentran problematizados por la falta de participación por parte de la comunidad. Por ello se decidió que el plan estratégico a plantear contenga a los vecinos como actores principales del mismo.

⁵⁰ Entrevista a Heliodoro Gómez. Anexo

⁵¹ Entrevista a Cristina Mereles. Anexo.

Modalidades y circuitos de comunicación tanto interna como externa, existentes en la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas.

Al comenzar con las observaciones y las entrevistas con los integrantes de la institución, he podido dar cuenta que las reuniones de la Comisión Directiva eran escasas, y cuando llegaba el final del año, se les dificultaba asentar lo que se había hecho, dar cuenta de lo que había ingresado y egresado. Esto llevaba a discusiones constantes en el seno de la comisión. Las reuniones siempre se habían pensado, pero llevarlas a cabo se complicaba, ya que los tiempos de todos los integrantes de la comisión no eran los mismos y el poder coordinar una reunión se tornaba un tema complicado. *"Nosotros a veces hacemos reuniones una vez por mes. Si hay algún problema se hace una reunión urgente"*⁵².



Otra modalidad de la comisión directiva, derivada de la problemática que generaba el no poder reunirse, era avisarse entre ellos sobre las actividades que se debían realizar dentro de la institución. Petrona, era una de las que se encargaba de avisar cuando veía a alguno de los miembros de su comisión y la idea era que se lleve adelante una cadena de miembro a miembro, pero dicho mecanismo siempre sufría una fisura, cuestión que malograba, las reuniones y las actividades. La comunicación se había concentrado en Petrona, como única encargada de llevarla a cabo de manera implícita. Con respecto a las modalidades de comunicación externa, se empleaba la misma modalidad que con la comunicación interna, primaba la comunicación a partir de pequeñas publicidades en las puertas de la Institución y el boca en boca, esto generaba el quiebre en algún punto de la cadena y el fracaso de la actividad por la falta de multiplicidad hacía el barrio, ya que si su presidente no salía a divulgar las actividades los vecinos no encontraban manera de enterarse de lo que se realizaba en la Sociedad de Fomento a menos que se tomaran el tiempo de asistir hasta la sede y preguntar.

Por lo expuesto anteriormente puedo decir que la comunicación se personalizaba en Petrona, la presidente; lo cual afectaba a todo el sistema comunicacional. Anteriormente vimos que la comunicación integral de Meirana se basaba en el mecanismo del boca en boca, y esto decantaba en que si su presidente no salía a avisar a los miembros de su Comisión sobre las reuniones o las actividades a realizar, los miembros de la Comisión no tomaban la iniciativa, delegaban la parte comunicacional y es por eso que el resto del Barrio Meirana no podía enterarse

⁵² Entrevista a Petrona Ramos. Anexo.

de las actividades que se realizaban en la institución; ya que es una tarea demasiado demandante y de gran envergadura para una sola persona.

Las necesidades de la comunidad con respecto a la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas.

Para comenzar a transitar este objetivo, fueron pertinentes algunos meses de trabajo dentro de la institución, meses de charlas con los vecinos, y la oportunidad de llevar a cabo el festejo por el día del niño, después de muchos años dentro de la institución; evento que permitió tener una cantidad de papás y mamás que pudieran participar de un cuestionario dónde a partir de cinco preguntas, nos permitió percibir la imagen institucional dentro del barrio y cuáles eran las necesidades de sus vecinos.

En el relevamiento y a partir de las charlas que hemos tenido con los vecinos, se han visto expresadas las siguientes necesidades, las cuales los vecinos pretenden que la Sociedad de Fomento los provea: gimnasia, fútbol, hockey, guardería para niños, manualidades, artesanías, limpieza del barrio, cortes de pasto, ayuda escolar, teatro, inglés, profesores de telar, música, computación, publicidad, peluquería y costurería, copa de leche, karate, patín y cobrar a los socios, ya que ésta actividad no se realiza todos los meses. Por otro lado la imagen institucional dió saldo positivo; ya que tuvimos como resultado que veían con un buen funcionamiento a la institución, otros con muy buen funcionamiento, así como hubo personas que pensaban que era regular y pedían por la unión de la comisión y otras tenían una opinión negativa, porque la sociedad no se encontraba abierta todo el día, no se daba la copa de leche o no se regalaban juguetes para los días del niño. Al re leer las respuestas que se han dado en las encuestas, hemos podido observar la necesidad de actividades para los niños del barrio, sobre todo en el sector de educación y actividades deportivas, para las cuales se trabajó en la búsqueda de profesores para poder ofrecer diferentes disciplinas y la necesidad de fortalecimiento en el vínculo de la Comisión Directiva.



4. El plan estratégico

Trabajando codo a codo.

Al comenzar a elaborar un plan comunicacional para Malvinas Argentinas, fue necesario acordar con la Comisión Directiva cuales serían las nuevas líneas de acción que permitirían que el barrio poco a poco comenzara a participar de las propuestas. Para ello fue necesario tener varios encuentros donde se intercambiaron puntos de vista e ideas para llegar a acordar nuevos lineamientos que respondían a la necesidad que tenía la institución de:

- Fortalecer la comunicación hacia dentro de la Sociedad.
- Comunicar mediante publicidad en puntos estratégicos; de esta manera la Sociedad se acercaría a los vecinos, más alejados.
- Realizar eventos que estimulen el acercamiento no solo a la institución, sino también entre los vecinos.
- Producir formatos de comunicación como volantes, carteles, invitaciones, etc., para tener una llegada más cercana desde la institución a los vecinos del barrio al momento de la realización de actividades.
- Crear y gestionar espacios para la participación vecinal entre los representantes de la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas y los vecinos del barrio Meirana.
- Gestionar herramientas comunicacionales para la integración de la Sociedad de Fomento con los vecinos del barrio. Los formatos elegidos son los volantes, invitaciones individuales, carteles, cartelera, Facebook y mail.

Estrategias

Con todas estas actividades por delante, hemos decidido de manera conjunta con la Comisión Directiva que deberíamos delinear un plan que contenga a los vecinos como actores principales para que éstos puedan apropiarse de la Sociedad de Fomento a partir de la implementación de campañas de comunicación que divulguen las actividades que se realizarían en la Institución, en función de las necesidades de la comunidad.

Comunicación Interna

En este plano de la comunicación institucional lo que se pretende desarrollar son:

- Reuniones de comisión una vez al mes, donde se llevarán las actas correspondientes y se debatirán los temas más trascendentales según el contexto y los pasos a seguir para poder realizar una evaluación de proceso en cada reunión.
- Una agenda con números telefónicos para avisar a los miembros de la Comisión Directiva de las reuniones, acontecimientos, propuestas, etc.
- Creación de un grupo en la red social Facebook para compartir información.
- Colocación y actualización de una Cartelera Interna.

Comunicación Externa

En este plano de la comunicación institucional lo que se pretende desarrollar es:

- Difusión previa de las actividades a realizar y actualización permanente de la cartelera en la institución.
- Mantener la modalidad de comunicación conocida como de “boca en boca” o de “casa en casa”, a lo que se sumará una difusión de actividades por medio de la cobradora de la cuota social.
- Mantener una fluida comunicación a través de diversos medios de comunicación como Facebook, mail, asambleas, volantes, invitaciones, etc.
- Utilizar puntos estratégicos como mercados, verdulerías, farmacias, más alejados de la Sociedad para que todos los vecinos estén al tanto de las actividades y novedades de la institución.
- Crear y gestionar espacios de encuentro desde asambleas, mateadas, charlas vecinales, entre otras.
- Realizar eventos especiales para congregar a la participación barrial. Las fechas de los festejos históricos y populares como el 25 de mayo, Día del Niño, Navidad, serán fechas claves para el encuentro.
- Formalizar encuentros periódicos con el Intendente, para que el barrio pueda anoticiarse de lo que acontece en el municipio y en su zona, de primera mano.
- Profundizar la relación con otros actores pudiendo articular con ellos para la realización de charlas/capacitaciones sobre temas sensibles a la comunidad: violencia de género, inseguridad, adicciones, prevención de embarazo adolescente, salud comunitaria, etc.

4.1 Gestión del Plan Estratégico

Primeros desafíos

Una vez concretadas algunas reuniones y habiendo conocido a gran parte de los miembros de la Comisión Directiva, Petrona acudió a mí, porque desde la Municipalidad pidieron a todas las Sociedades de Fomento que de manera breve formulen su historia, que luego sería publicada en un libro del 50° aniversario de la autonomía de la ciudad de Berazategui. Para ello les propuse que todos contaran qué sabían sobre la historia de la Institución, para luego otorgarle un orden y poder armar el capítulo del libro. También pedí nombres y direcciones de miembros anteriores de la Institución, a los cuales también he entrevistado y han otorgado su punto de vista sobre su paso por la misma.

Con la sistematización de los datos y la historia institucional, ya escrita, se llevó a cabo una reunión con la Comisión donde se leyó el capítulo de la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, con el cual todos estuvieron de acuerdo. Se les preguntó si agregarían o dejarían de lado algún dato particular o si se acordaban de algo relevante para agregar y acordaron que el capítulo como se había presentado era correcto y representaba la historia de la Institución. Acto seguido la Comisión decidió que sería oportuno que los socios y vecinos tuvieran la oportunidad de enterarse de esta actividad, por lo cual se acordó que el sábado de la próxima semana se llevaría a cabo una reunión para contarles a los vecinos y socios sobre la actividad y poder hacerles llegar el escrito y para saber qué pensaban sobre el mismo. Para ello durante toda la semana trabajamos con los miembros de la Comisión en la producción y reparto de las invitaciones que se entregarían puerta a puerta, además de poner en funcionamiento el sistema de comunicación de boca en boca.

Llegado el sábado de la reunión la institución recibió la visita de por lo menos veinticinco vecinos, quienes escucharon, acordaron y aplaudieron a la hora de la lectura de dicho capítulo. Estos vecinos, se llevaron además una copia como cortesía por parte de la Institución y agradecieron el gesto de tenerlos en cuenta.

Lamentablemente y sin ninguna explicación al respecto, el libro que había propuesto la Municipalidad no fue publicado; pero a quienes formaron parte de esa historia los reconfortó poder verla plasmada a partir de sus propias palabras. (Para leer el capítulo mencionado de la historia de la Sociedad de Fomento, ver los anexos).

Las primeras aproximaciones a la integración vecinal

La presentación de la historia de la Institución a los vecinos, sirvió de puntapié para incentivar el diálogo. Para seguir sumando, parte de la Comisión Directiva en una de las reuniones que tuvimos planteó la idea de invitar al Intendente Municipal de aquel entonces, el Dr. Juan José Mussi a una mateada dentro de la sede, para compartir con los vecinos de Meirana; ya que los vecinos peticionaban el asfalto que todavía faltaba en el barrio y quién mejor que el Intendente para aclarar, porque se suscitaba la demora de dicha obra, a pesar de que todos los vecinos habían completado el pago de la misma. Esta actividad serviría en un primer momento a los vecinos para hacer llegar sus inquietudes al Jefe Comunal, así como también sería de gran importancia para la Institución; ya que los vecinos empezarían a percibir el cambio, y la Sociedad de Fomento cumpliría su rol de agente mediador entre el Gobierno Municipal y los vecinos de Meirana.

Para llevar a cabo el encuentro con el Jefe Comunal, se redactó una carta, dónde se lo invitaba a una mateada con los vecinos de Meirana y se debió esperar la respuesta donde se confirmaba su asistencia y proponían día y horario. Luego se realizaron invitaciones individuales que fueron repartidas casa a casa y también carteles que fueron pegados estratégicamente en los comercios más concurridos del barrio. Esta actividad se realizó una semana y media antes de dicho encuentro, tiempo que sirvió para que la mayoría de los vecinos estén al tanto del evento.

El día del encuentro, estábamos preparando el salón para recibir al Intendente y apareció un grupo de mujeres (vecinas), que nos preguntaron si nos gustaría que hicieran tortas fritas para la mateada, a lo que toda la Comisión respondió que sí y que eran muy bienvenidas. Ese día entonces no solo se llevó a cabo la mateada, los vecinos se comenzaron a acercar, concurrieron aproximadamente cien personas que le hicieron llegar sus inquietudes al Intendente y se desarrolló la actividad de manera pacífica, donde los vecinos obtuvieron respuestas a sus inquietudes y se ofrecieron para resolver el problema del asfalto en el barrio; ya que por aquel entonces no todo Meirana estaba asfaltado. Gracias a esta participación se llegó a diciembre de 2011 con la

totalidad de Meirana asfaltado y los vecinos que habían participado y colaborado en la cruzada fueron reconocidos con un certificado a la perseverancia por el Intendente Municipal. Luego de terminada la actividad, los vecinos agradecieron a los miembros de la Institución por haber organizado dicho evento y se retiraron satisfechos por las respuestas obtenidas.

Un paso más

Petrona y parte de su Comisión, me plantearon que todos los años se debían hacer reuniones entre la Sociedad de Fomento y los socios, a éstas las llamaban Asambleas Ordinarias, en éstas la Institución debía informar a los socios lo que se estuvo realizando en tanto actividades, compras, subsidios, etc. Para que este tipo de asamblea fuera realizada fueron necesarios por lo menos dos encuentros con la Comisión, donde se confeccionó una lista de las tareas realizadas, se asentaron en los libros de tesorería los ingresos, los egresos y los subsidios otorgados por el Municipio. Una vez que se organizó todo, establecieron una fecha y luego se confeccionaron invitaciones individuales para los socios, las cuales fueron repartidas dos semanas antes de la Asamblea Ordinaria por la cobradora de las cuotas sociales.

Por aquel entonces la Institución contaba con 80 socios activos, de los cuales asistieron en promedio 35 a las Asambleas y dieron el visto bueno del balance y la memoria realizados. Luego firmaron las actas que avalaban dicho ejercicio. En éstas Asambleas la comisión también aprovecho para invitar a participar a los socios en la confección de un mapa barrial desde su punto de vista, para que puedan tener dimensión de lo que es el barrio y en éstas también se propuso que se acerquen a participar con la Institución. Lamentablemente no hay material fotográfico que documente estos encuentros ya que la computadora se rompió en el transcurso del desarrollo de esta tesis y no pudieron ser recuperadas.

Historia del desarrollo del plan estratégico

El primer día que concurrí a la institución y dialogué con Petrona Ramos, lo hice con anotador y lapicera en mano. Recuerdo que entré al salón y me encontré con un grupo de mujeres que tomaba mate dentro del amplio salón y me recibieron de muy buena gana. Pregunté por Petrona, a quien no conocía y se presentó muy amablemente; luego de comentarle sobre mi trabajo de tesis de inmediato me dijo que sí, que ella quería que la institución saliera adelante y que las puertas estaban abiertas. Recuerdo que ese día me fui muy contenta y con la promesa de volver en la semana.

Las visitas se comenzaron a intensificar y veía que las únicas personas que se encontraban en la institución respondían a la cooperativa Argentina Trabaja, que funciona dentro de las instalaciones de la sede y a Petrona que en ese momento cumplía una doble función: presidente de la cooperativa y presidente de la sociedad de fomento. Lo que me llamaba la atención era que los vecinos no se acercaban a la sociedad, si bien pasaban por la puerta y saludaban a Petrona desde la vereda del frente o bien si pasaban por la calle.

En lo que respecta a las actividades en la institución casi no se realizaban, con excepción de algún curso que enviaba la Municipalidad y duraba un par de meses y un bingo que organizó la Comisión. A estos cursos asistía poca gente, ya que la única forma de comunicación sobre la existencia de los mismos era a través de un pequeño cartel pegado en la puerta de la institución; lo mismo pasaba si realizaban alguna actividad, los vecinos que no se acercaban a leer el cartel no se enteraban de la realización de dicha actividad.

Semanas después de realizar las observaciones, decidí que era momento de tener charlas individuales con gente de la C.D⁵³ de la gestión de ese momento y gente que participó de gestiones anteriores, vecinos, etc. Por ello se han realizado entrevistas a las personas que en determinado momento formaron parte de la Sociedad o lo están haciendo en este momento; entre ellos elegí a Heliodoro Gómez uno de los primeros presidentes, a Raúl Correa vicepresidente de una de las gestiones más prósperas, Petrona Ramos presidente actual y con más gestiones dentro de la institución, parte de las C.D actuales y anteriores como el tesorero Ramón Astorga, la pro tesorera Gloria Rodriguez, la vicepresidente María del Carmen Clemente y Cristina Mereles ex cobradora de las cuotas sociales.

A partir de las entrevistas pude dar cuenta de que había mucha historia detrás, pero no hacían el ejercicio de recordar lo que había sucedido con anterioridad, por eso les resultó un poco difícil ponerla en palabras cuando les preguntaba por la historia de la Sociedad de Fomento. Tuvimos la oportunidad como institución de que me contaran su historia y recapitarla en un breve capítulo de un libro que publicaría la Municipalidad de Berazategui para su cincuentenario, dicho libro no sabemos por qué, pero no fue publicado; aún así los vecinos del barrio y los socios tuvieron la oportunidad de leer y escuchar, ya que planteamos una reunión barrial para hacérselo llegar y fue muy bien recibido por todos los concurrentes. Por otro lado, también pude realizar una lista de actividades que en algún tiempo se había realizado y a la que la gente había respondido de forma positiva; de esa manera rescaté días claves que fueron los festejos de los 25 de mayo, día

⁵³ Comisión directiva.

del niño, navidad, entre otros, que se realizaban en un entonces y luego lo desestimaron; ya que no volvieron a llevarlos a cabo; esos días eran claves porque tenían el recuerdo de que el barrio se acercaba, disfrutaba y compartía un día ameno. Era un día de encuentro.

Con respecto a los talleres comunicacionales se fueron sucediendo a medida que fui conociendo a quienes integraban la Comisión y a los vecinos que comenzaron a sumarse a partir de las convocatorias que llevamos adelante..

Los primeros talleres se llevaron a cabo con los integrantes de la Comisión Directiva para charlar sobre la importancia que tenía primero la puesta en marcha de actividades para la institución, así como también la comunicación de dichas actividades y no de la manera que lo venían haciendo (pequeñas pegatinas en la puerta) o la salida de la presidente por el barrio; si no cuáles podían ser otras posibilidades, cuáles estaban dispuestos a llevar a cabo, etc. En esta primera etapa se acordó que las pegatinas en las puertas se harían en un tamaño mayor al que se hacía y en una cartulina en color que llamara la atención; luego se convino que se volantearía casa a casa con invitaciones y que las mismas se harían en un tamaño más grande para pegar en los negocios del barrio; por otro lado se seguiría implementando el boca en boca, ya que se consideró una herramienta de comunicación efectiva y se consideró la idea de Facebook y del mail, que luego se llevarían a cabo, no sin antes preguntar a los vecinos por medio de un cuestionario si las utilizaban.

Con el tiempo se comenzaron a realizar reuniones con los vecinos, a partir de las cuales la C.D comenzó a dar cuenta de las inquietudes que ellos tenían a partir de cuestionarios que se han realizado y de las charlas que dieron lugar a que desde la Sociedad de Fomento se les haya comentado cuál era la función de la institución; se los invitó a participar planteando que las puertas se encontrarían abiertas para que ellos asistan y que también ellos podían colaborar acercándose y dando avisos de las necesidades que tenía el barrio en cuestión de podas, veredas, asfaltos, luces, caños rotos, pastizales, inseguridad, y demás solicitudes. Fue así que en diciembre de 2011 y con amplia participación de los vecinos, se logró que el Gobierno Municipal asfalte la totalidad del barrio Meirana; con lo cual el intendente interino por aquel momento el Dr. Juan Patricio Mussi, junto a su padre el Dr. Juan José Mussi convocaron a un acto de entrega de diplomas a los vecinos que participaron activamente para que las obras se llevaran a cabo.



Aquel día asistieron una gran cantidad de vecinos que se sintieron orgullosos del logro que habían alcanzado de la mano de la Sociedad de Fomento, ya que la lucha por el asfalto les llevó muchos años poder conquistarla. Las asambleas ordinarias que realizaba la Comisión, no solo fueron aprovechadas para comunicar los ingresos y egresos, las realizaciones de las obras dentro de la Sociedad de Fomento, así como también las próximas actividades que se realizarían; sino que comenzaron a utilizarlas para invitar a los vecinos a colaborar. En una de las asambleas se los invitó a confeccionar el mapa del barrio, que luego sirvió a este trabajo para ver cómo es el barrio desde su perspectiva.



Actividades familiares en la Sociedad de Fomento

Con el paso del tiempo, las reuniones, las charlas y los encuentros, fue imposible no involucrarse con causas justas a mi entender. La Comisión había comentado que con anterioridad ellos realizaban bingos para recaudar dinero para la Institución, con lo cual les propuse realizar un bingo familiar, con el fin de que al próximo mes se festejara el Día del Niño y que lo que se recaudara sirviera para solventar los gastos. Dicha propuesta fue muy bien recibida por los miembros de la Comisión, quienes de inmediato pensaron que era una buena propuesta para lograr que las familias se acercaran a la Institución. Utilizar algunas de las actividades que habían desarrollado con anterioridad, proponía la interacción con el barrio desde un lugar donde la Comisión se sintiera cómoda para poder desarrollarlas.

Todos los acercamientos con los vecinos, sirvieron para que en las reuniones que se fueron suscitando con la C.D comenzaran a surgir ideas sobre actividades para ofrecer a los vecinos, el mejoramiento de las instalaciones, seminarios, charlas, festejos del día del niño, 25 de mayo, navidad, bingos familiares, etc.

A partir de las propuestas mencionadas con anterioridad, pusimos manos a la obra para llevar a cabo el primer bingo familiar luego de mucho tiempo, que se realizó el 25 de julio de 2010 con una gran concurrencia de aproximadamente 90 personas dónde hubo premios en efectivo, tortas, artesanías y buffet. Para ello la Comisión salió en su totalidad a volantear por el barrio y a

entregar las invitaciones puerta a puerta. En la puerta de la institución se colocó un cartel de grandes dimensiones donde se invitaba a las familias a participar. Los fondos recaudados fueron utilizados para los festejos del día del niño en agosto siguiente.

En el primer festejo del día del niño se pidió asistencia a la Municipalidad en relación a un equipo de audio y la leche para los chicos. La Comisión volvió a las calles para volantar el barrio y entregar invitaciones casa a casa. En la puerta se volvió a pegar un gran cartel que decía: **Invitamos a las Familias del Barrio Meirana a festejar el Día del Niño**, al mismo se le agregó día, horario y dirección de la sede. Con esta invitación la C.D, acercó a las familias a la institución. Muchos no sabían que Malvinas continuaba funcionando, o no conocían las instalaciones. Todos los días del niño se pensaron en función de una temática; así fue que el primer año se utilizaron los Derechos del Niño y hubo un espacio donde hablar sobre ello



con los chicos; el segundo año el tema fue la familia, día en el cual los padres jugaron con sus hijos, acompañados por un grupo invitado de boy scouts y el tercer año el tema elegido fueron los oficios e invitamos a un bombero voluntario para que les cuente sobre su labor y los chicos pudieran hacerle preguntas, sacarse fotos, etc.

Desde el primer festejo del día del niño, como en cada año que pasa, hubo una vuelta de la familia que agradece que hagamos cosas para los chicos; los chicos se van contentos y agradeciendo por el tiempo compartido. Fue y es al día de hoy una actividad que el barrio espera, dónde las madres se acercan para colaborar y los chicos disfrutan y se van con un pequeño presente y una sonrisa dibujada en sus rostros. Los días del niño también le sirvieron a la Comisión Directiva, para poder hacer un sondeo entre los vecinos a partir de un breve cuestionario, dónde se indagó cuál era la imagen que tenía la Sociedad de Fomento en el barrio, qué expectativas tenían con respecto a ésta y por qué medios de comunicación se enteran de las actividades que la institución realiza. A partir de este cuestionario fue que en septiembre de 2012 se creó una cuenta de Facebook a nombre de Malvina Sociedad y una cuenta de mail con la dirección sociedaddefomentomalvinasarg@hotmail.com. Éstas herramientas permiten que la comunidad pueda comunicarse con la Comisión Directiva a toda hora, de esta manera se puede establecer una comunicación inmediata entre la institución y los vecinos.

Por parte de la Comisión en cada una de las reuniones, asambleas y festejos se entregan volantes a los que asisten con la dirección de Facebook y de mail para los vecinos.



Siguiendo con la temática de las fechas festivas la comisión también decidió que todos los 25 de mayo se llevaría a cabo un loco, el cual se pondría a la venta y las ganancias servirían para la caja chica, con la cual se podrían comprar algunos elementos de limpieza o herramientas necesarios para la institución.

Para los gastos grandes como arreglos, compra de equipo de audio, sillas, etc; se utilizaron las entradas de dinero que correspondían al alquiler del salón, el cual se alquilaba para cumpleaños, casamientos, bautismos y comuniones.

En 2012 se festejó por primera vez navidad en la institución. Fue una decisión que tomó la Comisión Directiva, ya que en el barrio había muchos niños pequeños que seguramente querían conocer a Papá Noel. Para dicho festejo también se acordó realizar el sorteo de tres canastas navideñas para que a las familias ganadoras se les alivianen los gastos que ocasionan las fiestas.

Ese día uno de los miembros de la C.D se disfrazó de Papá Noel y uno de los vecinos del barrio se ofreció a llevarlo en su camioneta, mientras los chicos y sus familias se encontraban expectantes en la puerta de la institución, por la llegada de Papá Noel. A su vez, los chicos ya habían dejado su cartita en una caja y se habían repartido los números para el sorteo de las canastas navideñas. Con la llegada de Papá Noel, se pudo observar la felicidad de los chicos que estaban maravillados, porque no podían creer estar viéndolo; sus madres y padres estaban muy contentos por compartir ese momento junto a sus hijos. Aunque fue un día muy caluroso asistieron muchas familias y la jornada terminó con el reparto de los regalitos que trajo Papá Noel para todos los chicos, el sorteo de tres canastas navideñas, los chicos y sus padres sacándose fotos con Papá Noel; y al retirarse un gran aplauso y las gracias por haber asistido. Lo cual fue retribuido por parte de los padres con un gracias muy sentido.



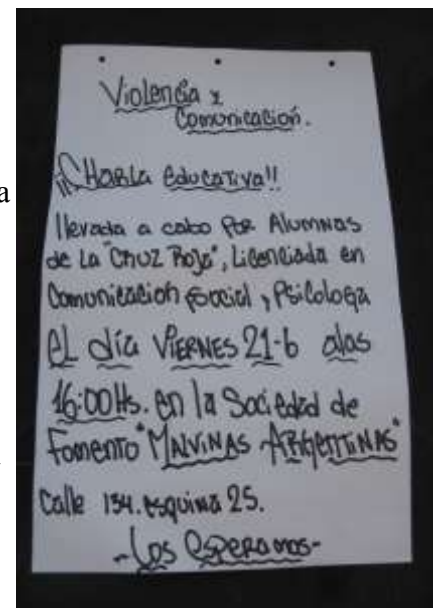


Las repercusiones dentro de la Comisión fueron de una gran satisfacción por la tarea realizada y ha sentado precedente, ya que se decidió seguir realizando dicha actividad. Por lo cual en 2013 se volvió a llevar a cabo pero con una dinámica diferente, la de armar el árbol navideño pegando como adorno los deseos de los chicos, repartir los regalitos para todos, realizar el sorteo de tres canastas navideñas y llevar a cabo el sorteo de juguetes, lápices, pinturitas, etc.

Dicha jornada también dejó un saldo más que positivo. Volvieron las familias con los chicos, las mamás y los papás ayudaron a sus hijos a poner deseos en el árbol y festejaban con aplausos cada vez que alguno de los nenes recibía un regalo.

En esta oportunidad y con el antecedente del año anterior la Comisión pudo dar cuenta de lo importante que es para las familias, que la Sociedad de Fomento se convierta en un lugar de encuentro. Por otra parte dichas familias les han hecho llegar la inquietud de que estos encuentros se lleven a cabo todos los años, ya que consideraron que son de gran importancia para sus hijos.

Los talleres comunicacionales también comprendieron una charla con los vecinos del barrio sobre violencia y comunicación en junio de 2013; dicha charla surgió por pedido de un grupo de alumnas de enfermería de La Cruz Roja, quienes estaban cursando la materia comunicación y se acercaron para proponer una charla con los vecinos del barrio. En éste caso tuve algunas reuniones previas con las alumnas para ver cuál era la propuesta y de qué manera la llevarían a cabo, les propuse la elaboración de material comunicacional para que quienes concurrieran pudieran llevárselo y darle utilidad; ya sea para dárselo a quién esté pasando por esa situación o en el caso que la estuviese viviendo tuviera datos para recurrir a pedir ayuda.



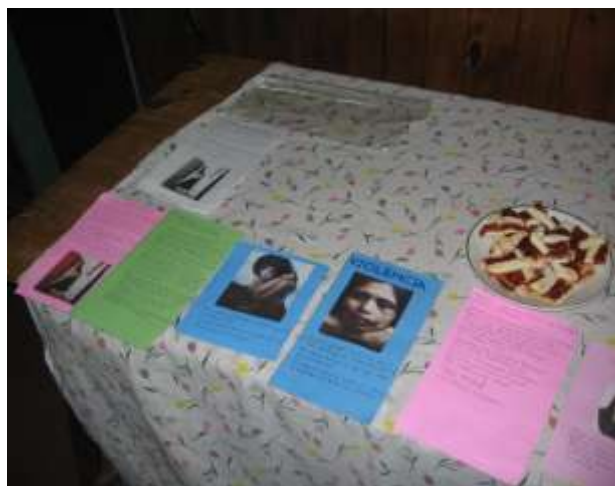
Finalmente las alumnas publicitaron el evento con folletería, boca en boca, puerta a puerta y desde el Facebook de la institución. Pero no hubo demasiada concurrencia por parte de los vecinos, tal vez se haya debido a la temática; ya que fue la primera vez que se trataba en el marco de la institución y es un tema sensible dentro de la sociedad.



De la charla sobre violencia participaron las tres alumnas de enfermería, una psicóloga social que invitaron las chicas; ya que cuando tuvimos la primera reunión coincidimos en que era una problemática muy delicada y que seguramente podrían asistir personas que estuvieran en una situación difícil y que tal vez al exponer sus problemas necesitarían contención de un profesional y por último estuve presente en la reunión en calidad de guía, (por requerimiento de las alumnas) y realicé algunas intervenciones que hicieron que los asistentes pudieran abrirse a contar sus problemáticas y reflexionar sobre lo importante que es pedir ayuda, y no naturalizar la violencia.

La charla sobre violencia y comunicación, aunque no tuvo la concurrencia deseada fue muy productiva para los concurrentes. Para comenzar con la charla se les hizo escuchar "La Violencia" de Agárrate Catalina (murga uruguaya), y se les preguntó qué sentían al escucharla; luego la charla prosiguió con la tipología de la violencia, esto permitió que los concurrentes hayan podido plantear sus casos poniéndolos como ejemplo, aunque con vergüenza y explayarse, explicando qué era lo que les ocurría y de ésta manera pudieron dar cuenta de la necesidad de pedir ayuda para poder salir de dicha situación.

La psicóloga social confeccionó un mailing, para poder estar comunicada con el grupo y así asistirlos de manera gratuita. Para terminar la reunión se los invitó a darse un gran aplauso, ya que fueron muy valientes contando sus casos y luego se les ofreció café y algunas cosas dulces que habían traído las alumnas de La Cruz Roja. Al retirarse se fueron muy agradecidos y pidiendo que las charlas de ésta índole se llevaran a cabo de manera más asidua; lo que al exponerlo en reunión de la Comisión se acordó para 2014 que se desarrollen campañas preventivas para el HIV, embarazos adolescentes y drogadicción.



5. A modo de conclusión.

Los años de desarrollo del plan estratégico con la Institución, han iniciado la metamorfosis necesaria para poder abordar lo propuesto en el objetivo general de ésta tesis de promover la apropiación de la comunicación formulada por la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, por parte de los vecinos y de ésta manera generar la integración vecinal del barrio Meirana. Por mi parte puedo decir que las comisiones que han pasado en estos años, han recibido de buena manera las propuestas que les he realizado en tanto comunicación institucional, interna y externa. Algunas de éstas se han visto modificadas según propuestas que han planteado los miembros de la Comisión para que puedan apropiarse de las mismas de una manera más amena y natural.

Con respecto a la participación vecinal, nos hemos llevado una grata sorpresa al ver que a cada propuesta que se desarrollaba dentro de la institución, los vecinos se acercaban a participar y se proponían para próximos eventos. Si bien todavía faltan muchas cosas por hacer, se puede decir que los vecinos reconocen a la Institución, saben cuáles son las tareas que desarrolla, que actividades se realizan y que las puertas están abiertas para que participen sean o no socios de la misma. Ésta intervención ha sembrado la semilla que dará lugar al crecimiento y el desarrollo de la Institución. Todo crecimiento lleva tiempo, acciones y evaluaciones; que la Comisión Directiva de la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, se encuentra en condiciones de desarrollar, ya que tiene una gran caja de herramientas que hemos construido para poder llevarlo a cabo.

Al comienzo de ésta tesis he esbozado Utopía de Eduardo Galeano y la creo pertinente para finalizarla y para poder sintetizar la tarea de Malvinas Argentinas con la última frase que dice: ¿Para qué sirve la utopía? Sirve para eso: para caminar.

La Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas sigue caminando.

6. ANEXOS



6.1 SOCIEDAD DE FOMENTO MALVINAS ARGENTINAS. (Capítulo del libro).

Su historia

Con el transcurso de los primeros años de autonomía del Partido de Berazategui, la ciudad comenzó a crecer aceleradamente y los barrios adyacentes se sumaron a ese crecimiento. De esta manera lo que hoy conocemos como barrio Meirana, en ese momento era una gran plantación de quintas pertenecientes a las familias Di Giorgio, Meirana y Girivonni; y otro sector de ellas, pertenecían a la granja "La Sorpresa", la cual desempeñaba en el lugar tareas avícolas.

A fines de la década del 60' la familia Meirana, cedió parte de sus terrenos y de esta manera comenzó a conformarse el barrio que hoy lleva su nombre. En los 70's el barrio estaba en formación y un grupo de vecinos decidió unirse en pos de un objetivo común: "El bienestar del Barrio Meirana"; para ello conformaron una Unión Vecinal, compuesta aproximadamente de 35 personas, quienes aunaron fuerzas y construyeron una pequeña pieza en un terreno que les fue cedido para desempeñar tareas sociales sin fines de lucro. Allí se decidían las tareas prioritarias para el progreso del barrio y se solicitaba ayuda para la puesta en marcha de las mismas a la Municipalidad de Berazategui; entidad que a través de los distintos intendentes y su más importante representante, el Dr. Juan José Mussi; se comprometió, acompañó y brindó su apoyo a la institución, para el desarrollo de diversas tareas como: la construcción de veredas, un plan de desmalezamientos y la gestión de la red de agua potable que permitió y facilitó la llegada de nuevos vecinos.

Con el paso de los años la Unión Vecinal, tomó la forma y el nombre de Sociedad de Fomento "Barrio Meirana", aunque en ese entonces no tenía la aprobación legal. A principio de los 80', la Sociedad de Fomento realizó un censo barrial y salió a buscar socios quienes pagando una módica cuota social colaboraron para levantar las paredes del edificio.

En 1987 bajo la presidencia de Ricardo Geimo, se gestionó en la ciudad de La Plata, ante el Registro de Entidades de Bien Público, la personería jurídica de la institución.

Una vez que ésta fue otorgada, la comisión decidió cambiar el nombre que hasta ese entonces llevaba el establecimiento por el de "Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas" con el cual se la reconoce actualmente.

La Sociedad de Fomento en manera conjunta con los socios y vecinos; organizaron, mediaron y gestionaron la llegada al barrio del gas natural, la pavimentación y el mejorado de las calles de tierra, la colocación de luces y el paso de la red cloacal.

Hasta ese momento todas las comisiones habían sido presididas por hombres y en 1993 un grupo de diecisiete mujeres llegó a la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, de la mano de su primera presidente Petrona Ramos, quién al igual que su marido Luís Tamai, habían colaborado con la institución desde sus comienzos. En este mandato se puso en marcha un plan para gestionar la escrituración y la ampliación de la entidad, objetivo que pudo concretarse en 1995.

En medio de una profunda crisis política, social y económica por la cual atravesaba el país en el año 2000; la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas actuó acompañada por la gestión Municipal del Dr. Juan José Mussi; como apoyo para muchas familias brindando entre otras, la copa de leche, la apertura de un comedor comunitario, apoyo escolar y otorgando el espacio para reuniones de la tercera edad.

En la actualidad, el compromiso de la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, es apuntar al desarrollo de actividades culturales y deportivas para todo el barrio; así como también la obtención y el mantenimiento de los servicios que permitan el progreso del mismo. Esta es la razón por la cual invita y deja las puertas abiertas a todos aquellos que quieran participar con el fin de aportar nuevas ideas y construir desde dentro del Barrio Meirana en pos del bienestar de todos sus vecinos.

6.2 Entrevistas

Correa, Raúl Omar. 61 años. (ex -vicepresidente).

Soy vecino hace 40 años. Fui miembro de la comisión vecinal y luego como socio y vicepresidente.

Cuando nos hicimos cargo de la unión vecinal, no existía nada. Inclusive había una persona que estaba viviendo adentro, que nos costó mucho trabajo poderla sacar. Después se hizo una refundación, se empezó a trabajar con el tema de lo que es hoy la Sociedad de Fomento. Hicimos una refundación y conseguimos una cantidad de socios como para conseguir la personería jurídica; se consiguió y de ahí en más empezamos a hacer cosas. Por ejemplo caminar el barrio, hacer socios, hemos llegado a pasar los 200 socios y a nivel social hicimos muchas cosas, a nivel institución la sede; con los chicos, el fútbol infantil, etc. Mucho no recuerdo, hace varios años en el 80'. Leo, mi hijo era chiquito.

¿Qué rol cumple la Sociedad de Fomento dentro del Barrio?.

¿Hoy por hoy?. El rol, se entiende que es una institución sin fines de lucro, no? Y todo lo relacionado con los vecinos, todo lo que se pueda hacer. A nivel ayuda, hemos conseguido para hacer veredas, el tema del agua a lugares donde no llegaba; hicimos los trámites para tener gas natural, entre otras cosas. Desmalezación de los baldíos donde había muchas ratas, eso lo hicimos por la contaminación y esas cuestiones. Después no sé qué más decirte.

¿Cómo te sentís como vecino con respecto a la Sociedad de Fomento?

Como vecino, hoy por hoy estoy desconectado del tema. Quisiera que haga algo más. Creo que hace falta un poco más de movimiento. Que salgan más, que se comuniquen más, que intenten hacer algo más y que llegue a todo el barrio y no solamente a las manzanas cercanas a la Sociedad. De cualquier manera, el barrio está lindo, pero hay cosas que no estoy de acuerdo. Hoy por hoy, estaba mirando que hay unas casas grandes que tienen posibilidades de hacer veredas, por ejemplo en la 137 y 27, que hicieron veredas para esa gente, que tiene poder adquisitivo más o menos bueno.

Hay lugares que hace falta por ejemplo en 27 e/133 y 134, falta la vereda y sin embargo es gente que tal vez no lo puede hacer, que se la podrían hacer; porque la gente que va para el lado de la Serranita tiene que ir por la calle.

¿Qué te acordas sobre la historia de la Sociedad de Fomento?

En aquella época los vecinos participaban más, los vecinos concurrían. Pero hoy por hoy desconozco si la gente va. Nosotros teníamos buena relación con los socios, nos ayudábamos. Mucha gente que estaba fuera de la comisión directiva iban y trabajaban. Cuando trabajábamos en la construcción del techo, todo lo que se hizo ahí la gente participaba. El marido de Petrona, Luis Tamai, él dio una gran mano. Muchas personas se acercaban a dar una mano sin fines de lucro. Cuando hicimos la personería jurídica, los evangélicos nos quisieron sacar, pero no pudieron porque teníamos todos los papeles en regla.

Hoy por hoy, no sé porque los vecinos no se acercan. Por ahí están haciendo mal las cosas desde la comisión, porque cuando dejan entrar en temas políticos, ya tiene mucho que ver en que la gente se vaya. Pero puede ser por eso, divide a las personas por partidos políticos. Y bueno, no sé...porque de otra manera...la cuota es bajísima, así que no creo que por ese motivo se vayan.

A la sociedad de fomento siempre le costó mucho hacer cosas, porque siempre tuvo que estar ligada a algo. Por si solos nunca venían y te ofrecían, si no que vos tenías que buscar, buscar y buscar. Por ello muchas sociedades de fomento se ligan un poco a la política para conseguir algo. Eso acá no sé si es así. Yo en este momento desconozco, como está conformada la comisión directiva, pero a lo mejor es gente, que los vecinos ven con otros ojos, puede ser. O de repente no hacen las cosas como la gente piensa que debe ser y por eso se alejan. Yo estoy al día con todo, soy el socio N°9, no tengo ningún problema, yo pago siempre mi cuota, pero no estoy activo. Son todos amigos míos, gente conocida.

Hay veces que hay que hacer limpieza en la esquina de la 27, hasta la entrada de la granja, porque hay ramas, así la gente puede pasar.

¿Es visible la comunicación con los vecinos del barrio?

Mira a partir de la 27 hacia la sociedad de fomento siempre hubo más comunicación y de la 27 hacia Sevilla, hay menos información sobre lo que se hace. Se podrían hacer reuniones mensuales o bimestrales, invitando a los vecinos para contarles lo que se está haciendo o se va hacer a futuro. Dejarlas asentadas si fueron aceptadas o rechazadas. También se pueden hacer volantes o abrir diariamente para información.

A mí siempre me han invitado cuando se hizo algo, han hablado conmigo, me han regalado un pergamino por haber participado, muy lindo; para mí es un muy buen recuerdo.

A la gente para que se interese por la sociedad de fomento hay que inculcarle, ir a hablarle, comprometerlo, porque hoy se vive tan rápido que la gente no tiene tiempo para dedicarle a otras cuestiones. A futuro se podrían hacer cosas para la salud, se podría ver la forma de hacer un consultorio chiquito, con un odontólogo para los chicos. Eso no cuesta mucha plata y se puede charlar el tema con el municipio. La salud es un tema muy importante. Se podrían buscar salidas laborales con gente que piensa bien, que pueden dar una mano sin poner plata.

Heliodoro Antonio Gómez. 68 años. Ex presidente.

Yo desde el año 81' que estoy acá en el barrio. Empecé con una sociedad de fomento que no estaba formada y a partir de ahí como yo ví que no había nada usando medios de amplificación de sonido, solicité a los vecinos que se acercaran a mí casa, porque yo estaba realizando mi casa, en la cual se reunieron varias personas, un total de 30-35 personas y formamos una comisión vecinal. Después pasamos a ser una sociedad de fomento y luego empezamos a trabajar en grupos sin tener nada; no había nada acá en este lugar, en este predio. Solamente dos hiladas de ladrillos que hacían una piccita de 3 x 3 y eso era todo lo que había.

¿Quién avaló la construcción?

Eso corrió por cuenta mía, lo que era el material, techo, etc. Y después a los 5 o 6 años se me devolvió lo que se gastó en el material.

¿De qué manera se invitaba a participar?

Y bueno participábamos, desde que se formó la comisión trabajando. No teníamos ni socios y después de tres meses más o menos, empezamos a hacer socios. Nosotros ofrecíamos el trabajo para la vecindad y que la vecindad se dedicara a poner los materiales para hacer las veredas, viendo las posibilidades y quién vivía. Pero antes se tuvo que hacer un censo para saber quién vivía en cada manzana y después al tener el contacto aprovechamos la oportunidad de realizar fichas para la inscripción como socios. Empezamos a asociar a los jefes de familia hasta la familia. Para que pueda haber una entrada, la cuota era de 0,25 centavos, que no alcanzaba para nada, pero con el solo hecho para que vayan participando también los vecinos, para que nosotros podamos hacer nuestra institución. Con esa platita se iba haciendo todo más o menos se tardó 8 años, el

tiempo que yo estuve en la comisión para hacer todo de la parte de la estructura del edificio, sin el techo, porque íbamos haciendo de apoco porque no había plata. Pero a veces también la gente le falta colaboración. Cuando no hay colaboración, no se pueden hacer milagros, viste.

¿Por qué los vecinos no concurrían?

Porqué, no sé. No quieren integrarse. A mí me interesa que la gente se integre, porque a mí me gusta mi barrio y el barrio tiene que ser mejor que todos los barrios. Calcula vos que yo estoy viviendo acá y quiero una avenida que tenga plantas florales, árboles en toda la avenida, más bien que va a ser lindo el barrio. Yo sigo siendo colaborador desde esa época hasta hoy, sigo siendo el socio N°5 y sigo colaborando. Cambian las comisiones, a veces las comisiones no funcionan, hay acefalía, se van para acá, se van para allá y cosas por el estilo. Yo siempre dije que en la sociedad de fomento no tiene que ver politiquería, ese es el problema, la gente se va. Viene uno acá a hacer política, viene el otro y ahí pasa la controversia de que... cuando no corresponde acá, no quieren, viene otro y estamos así. La sociedad de fomento tiene que ser apolítica, a pesar de que cada uno tiene su ideología política. Ese es el factor principal para que funcione una entidad.

¿Cuál cree que es el rol de la sociedad de fomento?

El rol de la sociedad de fomento es para el barrio. Tiene que servir para lo social, para hacer eventos, cursos, escuela, para los chicos que quieran jugar, poner muchas cosas; es todo para el barrio. Tiene que haber un beneficio para los socios, porque los socios tienen que mantener esto. La comisión no lo puede mantener y por supuesto que la comisión tiene que mostrar limpiamente todo lo que se recauda y que se hace, porque todos los que están en la sociedad de fomento, tienen que estar sin goce de sueldo. Bueno cuando se necesita hacer algo acá, se saca para hacer una comida para la gente que trabaja, pero no darle un sueldo. No hay sueldo acá, si compromiso porque nos gusta. Yo puse un montón de cosas acá, puse trabajo, puse herramientas, instalaciones que ahora veo que no están los ventiladores. Yo puse ventiladores de techo, no esos que están ahora. Lo que pasa es que hubo un robo acá, que rompieron la ventana, parece que nadie cuida... Yo tuve todos los cargos prácticamente, desde que empecé de secretario (un cargo chico), pase a vocal, después vicepresidente, después tesorero, después presidente y así... Estuve en el tiempo de Infanzón que era intendente en esa época, después Héctor Ramón, después pasó otra temporada, pero yo desde el 82' estoy trabajando acá hasta el 89'.

¿Cómo vé hoy en día a la sociedad de fomento?

El edificio está bueno, pero falta mover más, seguir más para arriba, hacer más cosas. Buscar gente, porque el barrio es grande, tenemos desde 133 a 139 y de 24 a Sevilla. Hay que expandir la invitación y mostrar la seriedad de la sociedad de fomento, porque a veces viene gente que no tiene mucho entusiasmo de trabajar y los vecinos dicen ¡Que voy a colaborar con ellos si no hacen nada!.

¿Entonces el aislamiento de los vecinos es porque no se ha mostrado seriedad en el trabajo?

Exactamente, por ahí viene la cosa.

¿Producto de qué? ¿De gestiones anteriores?

Cuestiones de la misma gente. Yo veo, uno a veces tiene jugarse con las cosas de la sociedad de fomento y ponerle el hombro y yo tengo ganas de meterme de nuevo, pero bueno...uno se cansa a veces; cuando vos empujas del carro y el carro no va, no avanza y los que vienen atrás se te vienen colgando y vos más fuerza tenés que hacer, eso es feo.

¿Qué le pedirías como vecino a la sociedad de fomento?

La sociedad tiene que hacer más movimiento, más ruido. Que la gente se entere que hay algo acá. Si está cerrado todo el día, nadie sabe que hay gente acá adentro. Hay que hacer ruido y que la misma gente venga y diga, quiero participar. Buscar cosas, cultura en el barrio, que sepan tocar la guitarra, el bombo, que sepan bailar, recitar algo artístico. Presentar todos los sábados e invitar conjuntos folclóricos. Hacer un teatro barrial, con 4 o 5 grupos o 4 o 5 personas. Se pinten y se pueda hacer un libreto, para que se pueda iniciar un teatro y se pueda participar entre las sociedades de fomento o centros culturales.

¿Debería cambiar la forma de comunicarse la sociedad de fomento con los vecinos?

Yo creo que sí. Lo que pasa es que la gente trabaja. Hay que buscar la forma, hay que buscar juventud, que se arrimen, porque son grandes las personas que están acá y tienen que atender sus casas o sus trabajos. Las comisiones son de 15 o 16 personas. Se pueden dividir en 5 grupos o en 3 y que se vayan turnando para hacer algo. Nosotros al principio hicimos eso, porque no podemos

estar los 15, todos los domingos acá, porque queremos salir con la familia. No es tampoco esclavizarse. Los 15 integrantes que tienen que focalizarse, tener el mismo ritmo, la misma idea, para que esté funcionando siempre. Eso sería bueno.

Nosotros cuando empezamos acá empezamos, empezamos haciendo veredas, porque no teníamos nada. Armamos un equipo de trabajo de 5 grupos, trabajamos turnándonos. Los vecinos ponían el material y nosotros el trabajo.

¿Cómo le gustaría que la sociedad de fomento se comuniqué con los vecinos?

Puede ser personalmente, arrimándose, casa a casa. Hacer otra vez una especie de censo, le toman los datos, hablar con los vecinos, informarles y tomar las cosas en serio. Hay que tomar las cosas en serio, porque si no siguen y abandonan, ese es el problema acá. Hay que invitar al vecino, que vengan y que participen. Ahora tenemos toda la tecnología. Podemos traer un equipo de amplificación para el auto e invitarlos vecinalmente haciendo propagandas; la otra es ir casa por casa, la comisión se puede hacer hasta 3 manzanas por día para reunirlos a todos, pero hay que incentivarlos en algo. Hacer un té, un chocolate, nosotros hacíamos eso antes. Día de la madre, del niño, del amigo. Cualquier evento hacíamos. Se hacía el sorteo de algunas cosas que se donaban tortas, pizzas, etc. Las mujeres que tenían entusiasmo, hacían flores y las regalaban; muchas cosas hicimos nosotros, la verdad no lo veo a esto acá.

Hace falta más movimiento, hay que hacer ruido. Un festival como se hace en los centros folclóricos de la zona que invitan a 2 o 3 conjuntos. Que vengan aunque sea gratis y después se les habla. No se termina de hacer nunca nada. Hay muchas cosas para hacer. En la vida hay que hacer y no pensar en que no se puede hacer.

Yo hice pintar acá la pared a cada chico lo que sabía hacer, uno así tiene noción de cultura. Cultura para el barrio. Esto tiene que ser una institución representativa para el barrio, con poder, que tenga autoridad, que exista acá.

En la ficha de ingreso le pedíamos la profesión, lo que sabían hacer. Así fomentábamos el trabajo. Querías un mecánico, te mandábamos un mecánico. Como una bolsa de trabajo, esa era mi idea. En este momento la gente no quiere trabajar, se arreglan con un plancito de \$150, pero ¿por qué no trabajar?.

Cristina Mereles. 35 años. Ex cobradora.

Al salir a cobrar la cuota mensual para la sociedad de fomento, muchas personas me hacían llegar la disconformidad con Petrona. Decían que ellos no veían que se hiciera nada en el barrio, pero Petrona siempre se puso al hombro la sociedad.

Aparentemente la figura de Petrona está muy politizada y eso lleva al descontento del barrio. Para mí el barrio Meirana es muy orgulloso y quiere aparentar que tiene plata. Individualmente son buenas personas, que quieren hacer cosas por el barrio, pero no saben cómo hacerlo en equipo o en grupo como un barrio unido.

Acá la gente mayor es la que más participa de la sociedad, pero lo que se necesita es gente joven para que hagan cosas. Yo creo que se haga lo que se haga, acá nadie va a estar 100% contento.

Entrevistas a los integrantes de la Comisión Directiva 2010-2011

Ramón Astorga (ex-tesorero).

Tengo 62 años, soy el tesorero hace 14 meses.

¿Sabe la historia del barrio Meirana?

No, no.

¿Sabe la historia del nombre de la Sociedad de Fomento?

Tampoco.

¿Qué sabe sobre la historia de la Sociedad de Fomento?

Se fundó en el setenta y algo, creo.

¿Cuál es su trabajo aquí dentro?

Desempeño el cargo del tesorero, hacemos eventos para la mejora del barrio.

¿En qué marco económico se encuentra la institución?

De clase media y baja, porque otra no hay acá.

¿Cuál es su visión a futuro sobre la institución?

Que se sigan las obras que se hacen.

¿Cuál es la razón de ser de la Sociedad de Fomento?

Yo tengo entendido que es para ayudar al barrio.

¿Cómo se comunican?

Con reuniones.

¿Y al barrio?

Sale la presidenta a hablar con los vecinos.

Petrona Ramos (Presidente)

Mi nombre es Petrona Ramos, tengo 60 años, soy argentina y nací formoseña. Hace unos cuantos años que estoy trabajando en la Sociedad de Fomento. Fui presidenta en el año 93' hasta el 95'. Volví en el 99' para retomar la Comisión con todos mis vecinos. Me fui en 2007 y volví en el 2009; actualmente estoy trabajando en la Sociedad de Fomento, mi cargo es el de presidenta. Actualmente, estamos acá para recibir las necesidades de los vecinos, trabajo barrial y somos intermediarios, porque por intermedio de la Sociedad de Fomento se les comunica a las autoridades municipales las necesidades de nuestros vecinos; de ésta manera ayudamos a los vecinos y después los otros trabajos son comunitarios, porque nosotros no trabajamos por un sueldo.

¿Por qué el barrio se llama Meirana?

Se llama así, porque en aquella época del 70' abrieron ésta parcela y los dueños se llamaban Meirana y todos los que compramos los lotes le pusimos ese nombre al barrio. Cuando se fundó la Unión Vecinal, le seguían diciendo Barrio Meirana; en 1987 cuando se conformó la Sociedad de Fomento, los mismos socios decidieron ponerle Malvinas Argentinas para diferenciarlo del nombre del Barrio y yo pienso también en aquella época por las Malvinas y quedó ese nombre. Los pioneros de la Sociedad de Fomento fallecieron todos, entre ellos mi esposo. Lo primero que hicieron fue luchar para levantar una piecita, pusieron todos un granito de arena y así fueron haciendo de a poquito después en el 87', recibimos mucha ayuda de nuestro intendente, Juan José Mussi. Así los hombres iban añadiendo a la Sociedad de Fomento, haciendo la loza, haciendo la estructura más grande y bueno también han pasado muchas Comisiones en la Sociedad. En el año 87' legalizaron a la Sociedad de Fomento Malvinas Argentinas, el presidente Ricardo Geimos, anterior a él hubieron otros presidentes, pero eran de la Unión Vecinal. A partir del 87' empezaron su personería jurídica y todo como corresponde; la empadronaron en La Plata y a partir de allí se transformó en una entidad de bien público.

A mí me interesa mucho la gente de mi barrio. Éramos un barrio muy nuevo no teníamos nada ni luz, ni agua, ni agua y por intermedio de la Sociedad de Fomento fuimos haciendo todas esas cuestiones. En 1993, yo vine con 17 mujeres, para que pueda crecer nuestro barrio. Mi gestión era la de venir a ayudar a la comunidad y que mis vecinos me ayuden a mí.

Mi sueño es tener más capacidad para que los niños vengan, por eso estoy agrandando la institución y que se forme como un pequeño centro cultural para el barrio. Ojalá que se pueda llegar. Hubo muchas actividades: comedor comunitario, copa de leche y deportes. Los niños son los privilegiados. También había un centro de la tercera edad. Esa es mi gestión.

La Sociedad de Fomento se ha utilizado como sala velatoria para la gente del barrio. Yo creo que somos el único centro que funciona, Malvinas. La Sociedad de Fomento es familiar, podemos hacer rifas y bingos. Acá hay de todo, gente trabajadora y gente humilde. La gente con plata no se acerca.

Mi Sociedad de Fomento, digo así por la lucha que tuve, me gustaría que crezca, que haya deportes y todo lo que sea útil para el barrio. La tarea es ayudar al barrio y las necesidades que tengan los vecinos (agua, luz, etc.); Somos intermediarios entre los vecinos y el municipio. Hay un tema los vecinos no se comprometen con la Sociedad. Nosotros lo hacemos por amor al arte, queda en ellos si quieren colaborar. Yo hago mi trabajo comunitario, eso nace del corazón de cada persona. Los vecinos son resistentes a participar, porque no se dan cuenta que una Sociedad de Fomento es re importante, porque como lo estamos viendo ahora con la cooperativa, porque están bien, se refugian acá, porque nosotros los recibimos bien y hay un centro de refugio de trabajo. Esto se hace de corazón y porque se tiene ganas.

Cuando se hace un evento salimos a contarle a la gente y cada seis meses se hace una reunión con los socios. Nosotros a veces hacemos reuniones una vez por mes. Si hay algún problema se hace una reunión urgente. No hay teléfono, ni pizarras. Solo pegamos propaganda en la puerta de la institución. En realidad faltan algunas cositas todavía.

Acá somos seis o siete los que trabajamos y después no podemos obligar, porque es comunitario. Hay personas que trabajan y no pueden participar. Así trabajamos, estás son las historias de cada comunidad.

Gloria Rodríguez, 41 años, ex-protectora

Hace un año y dos meses que soy protectora, antes era secretaria. Participé porque Petrona me invitó. Acá se hacen cosas por el barrio, para que los chicos estén acá y no en la calle. El rol de la Sociedad de Fomento es el de bien público, algo para el barrio, actividades como cursos, que se daban acá. También se les presta el salón a los vecinos.

A mí me gustaría ver la Sociedad terminada. Los vecinos están alejados, como que ya no creen en las Comisiones, porque otras Comisiones no hicieron nada y se alejan, se borran de ser socios y ahora por suerte estamos rescatando unos cuantos, porque se ve lo que estamos haciendo, porque mucho tiempo estuvo apagado esto. Se hacía una reunión cada tanto, era un alquiler cada tanto. Ahora se empezó a ver movimiento. Nosotros cuando hacemos reuniones nos avisamos telefónicamente o cuando estamos cerca el boca en boca.

Cuando se hace una asamblea ponemos carteles o la chica que sale a cobrar, les avisa a los socios. Yo les avisaría vecino por vecino a mostrarles lo que se hace. Tengo muchas fotos que me gustaría exponer acá. Tengo el proyecto de hacer una exposición de fotos. Me gustaría que haya teléfono, internet.

María del Carmen Clemente. Vicepresidente.

Yo hace 31 años que vivo en el barrio, soy vicepresidente hace un año y siete meses. Yo ayudo cuando puedo, cuando hay alguna actividad (bingo o loco).

Gracias a la Sociedad de Fomento hay veredas, asfaltos, etc.

Acá empezamos con los vecinos ayudando. Mi marido les dio ladrillos para que armaran una piecita. Antes estuve como vocal y participaba más. Hoy día la Sociedad de Fomento está bastante mejor, porque se necesitaba mucho.

Los vecinos no van, no se presentan, es un grupito muy chico el que participa. Los vecinos a veces son disconformes, porque también si pagas una cuota vos quieres que se haga algo y bueno eso antes no se hacía, los chicos no entraban, etc. En un futuro me gustaría que sea mejor, que la gente venga a alquilar el salón, etc.

El barrio es de gente trabajadora, hay gente que necesita ayuda. La misma gente del barrio que tiene un proyecto que se acerque para ayudar. Si uno se pone se hace, las cosas se consiguen. Los vecinos que quieran participar, nadie les va a decir que no; que vengan, que participen, que vean, que se informen. Cada vez que llega un subsidio se lo presenta, es la única forma que la gente pueda ver que se hace y para que se utiliza la plata que el municipio está entregando. Porque para hablar no es cuestión de decir que está mal, que esto, que aquello; que vengan, que participen. Sumar, si participan como socios, también pueden pertenecer a la Comisión.

Antes nos comunicábamos con un auto que hacía propaganda o volantes. Ahora con el boca en boca, se habla, se comunica a los vecinos mediante la chica que cobra o la presidente.

Necesitamos más comunicación, porque a veces el vecino no puede venir y podríamos tener internet, que se puedan comunicar y averiguar o también por radio se podría hacer.

Me gustaría que empiecen a participar más los chicos, que se acercaran los padres. Enseñar oficios, antes había todo eso.

Bibliografía

Ander-Egg, Ezequiel. "Introducción a la planificación". Introducción. Ed. Lumen. Bs As.1995

Anderson, Nels. "Sociología de la comunidad urbana. Una perspectiva mundial". Editorial Fondo de Cultura Económica. México. 1960.

Chaves ,Norberto. "Comunicación global y gestión del cambio". Seminario sobre asuntos públicos. Módulo 5. Universidad Austral. Argentina. Junio de 1995.

Chaves Zaldumbide, Patricio. "Breve análisis de los enfoques fundamentales de planificación social en América Latina".1996.

De Certeau, M, Luce, Giard, Pierre, Mayol."La invención de lo cotidiano 2. Habitar, cocinar". Universidad Iberoamericana. 1996

Documento de cátedra. TPM. "Cultura Organizacional". 2008

Falck, Andrés- Paño Yañez, Pablo. "Democracia participativa y presupuestos participativos: Acercamiento y profundización sobre el debate actual". Apunte de cátedra.

Gravano, Alejandro. "Antropología de lo barrial. Estudios sobre producción simbólica de la vida urbana". Buenos Aires. 2003. Editorial Espacio.

Korneli, Christoph. Manual de marketing y comunicación política. Acciones para una buena comunicación de gobiernos locales. Claves de la modernización de la gestión. Ed. ACEP. Bs As. 2008.

Manual de herramientas de comunicación."Planificación para el desarrollo local". Módulo 1 COMUNICACIÓN. Año 2000.

Matus en Ander-Egg, Ezequiel. "Introducción a la planificación". La planificación como elaboración de planes, programas y proyectos, y la planificación como estrategia. Pág. 33. Ed. Lumen. Bs As.1995.

Mattelart, Armand. "La Comunicación-Mundo. Historia de las ideas y de las estrategias". Siglo XXI Editores. Pág. 65.Cap II .Bs As. Argentina. 2003.

Pérez Serrano, Gloria. "Investigación cualitativa. Métodos y técnicas". Fundación Universidad a distancia "Hernandarias".

Romero, Luis Alberto. "Breve Historia Contemporánea de la Argentina". Ed. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires. Argentina. 2001.

Rosaldo, Renato. "Cultura y verdad. Cruce de fronteras". México. 1989.

Uranga, Washington. "El sentido de las técnicas en el diagnóstico desde la comunicación". Apunte de cátedra. 2007.

Uranga, Washington. "Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales". Documento de cátedra. Taller de procesos comunicacionales. 2007.

Wacquant, Loic. "Parias Urbanos. Marginalidad en la ciudad a comienzos del milenio". Editorial Manantial. Buenos Aires. 2001.

Waisbord, Silvio. "Árbol genealógico de teorías, metodologías y estrategias en la comunicación para el desarrollo". Fundación Rockefeller.

Winik, Gastón- Gómez, Ariel. "Modelos organizacionales. Las organizaciones sin fines de lucro". Unidad 3. Pág. 40. Universidad Tecnológica Nacional. Facultad Regional Buenos Aires. Año 2003.

Recursos de internet

http://www.cedes.org/informacion/ci/publicaciones/nue_doc_c.html

<http://www.consejodelacultura.cl/portal/galeria/text/text1840.pdf>

<http://www.tercersector.org.ar/imagenes/Fasciculos/Fasciculo-03.pdf>

[Googlemaps](#)

Entrevistas

Clemente, María del Carmen. Anexo.

Correa, Raúl. Anexo.

Gómez, Heliodoro. Anexo.

Mereles, Cristina. Anexo.

Ramos, Petrona. Anexo.