

## **Cruzada por el Derecho a la Comunicación: Una campaña comunicacional desde una perspectiva de Derechos Humanos**

**Sabrina Botto Dell´ Agnese; José Giménez; María Candela Culós;  
Jimena Espinoza**

*sabrina-botto@hotmail.com | josearielgimenez@hotmail.com |*

*mcculos@gmail.com | jimena.espinoza@outlook.com.ar)*

Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Argentina

### **Resumen**

A partir del cambio de escenario en materia de comunicación y derechos humanos que se vive en Argentina tras las modificaciones arbitrarias a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26522 (1) la Secretaría de Extensión, la Tecnicatura en Comunicación Popular y el equipo de extensión/producción “Entrelazar Saberes” de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata toman la decisión política de planificar una campaña vinculada a la promoción del derecho a la comunicación.

En este sentido, se realizó la campaña *Cruzada por el derecho a la comunicación. Un trabajo colectivo para multiplicar las voces*, proyecto aprobado por el Consejo Directivo de esta Unidad Académica y que se encuentra en plena ejecución. Esta propuesta consiste en realizar intervenciones comunicacionales en distintos territorios con el objetivo de instalar en la agenda pública la temática vinculada al derecho a la comunicación en la comunidad.

Este trabajo relatará la experiencia que significó construir esta propuesta desde la planificación de acciones, abordando también una perspectiva de derechos humanos y comprendiendo la incidencia de la Extensión Universitaria para tal fin.

### **Palabras claves**

Comunicación / Planificación / Extensión Universitaria / Derechos Humanos

### **Cruzada por el Derecho a la Comunicación: Una campaña comunicacional desde una perspectiva de Derechos Humanos**

Actualmente y dadas las políticas de comunicación del gobierno que la Alianza Cambiemos lleva adelante en Argentina, desde el 10 de diciembre del año 2015 no se han parado de implementar políticas que atentan contra el derecho a la comunicación, es decir a la perspectiva que lo concibe como bien social y no como un negocio.

Mediante decretos de necesidad y urgencia (DNU) se han afectado los principales artículos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sancionada en el año 2009 luego de un largo y sostenido proceso democrático. Esto significó el inicio de un nuevo tiempo que favorece al sector concentrado de la comunicación y al desarrollo de la noción de comunicación como negocio y las acciones que de ella se derivan.

En este contexto, la Secretaría de Extensión, la Tecnicatura en Comunicación Popular y el equipo Entrelazar Saberes de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) propusieron la realización de una campaña comunicacional que permitiera a través de acciones extensionistas fortalecer el conocimiento y la promoción de derechos en materia de comunicación social a partir de entender que el rol de la Universidad Pública es poner al servicio de la comunidad herramientas que ayuden a problematizar el cumplimiento y ejercicio de este derecho humano, pues así lo determina el propio estatuto de la UNLP. La extensión debe “contribuir a la búsqueda de respuestas a problemas sociales, fundamentalmente de aquellos sectores más vulnerables por no tener sus derechos esenciales garantizados (...) para lograr su función social, contribuyendo al tratamiento de los problemas que afectan al bienestar de la comunidad” (1)

### **La puesta en marcha de la campaña**

La *Cruzada por el Derecho a la Comunicación* es un proyecto que comenzó a gestarse a mediados de febrero cuando los principales artículos de la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual se vieron desmantelados de forma arbitraria por el Poder Ejecutivo Nacional. A partir de ese momento, los distintos actores sociales que se vieron involucrados en la temática comenzaron a reunirse y diagnosticar la situación respecto de qué pasaba con el derecho humano a la comunicación en Argentina desde la implementación de estas medidas.

En este sentido, se comprobó con el pasar de los días que ésta no era una problemática abordada por la agenda pública. A partir de distintas charlas y re-

uniones con miembros de la Coalición por una Comunicación Democrática, así como con referentes de distintos medios de comunicación públicos y comunitarios, se consensuó que el Derecho a la Comunicación tenía que ser abordado en una propuesta que invitara a la participación ciudadana y a la defensa de los derechos conquistados en estos últimos años de democracia.

De este modo, se arribó a la conclusión que en un contexto donde el escenario ha cambiado radicalmente debía existir un proyecto orientado a fortalecer la democratización de la palabra en el territorio. Así, la propuesta tiene una estrecha vinculación con la posibilidad de crear nuevos canales de comunicación que intenten romper el cerco mediático, promoviendo la participación de los ciudadanos en estas instancias de debate, generando nuevos conocimientos y realizando mensajes propios para informar y dar a conocer realidades distintas a las que construyen los medios masivos, corporativos y públicos alineados a la nueva gestión gubernamental.

En este sentido, la iniciativa pretendió transformarse en una campaña comunicacional, no desde una perspectiva difusionista, sino de un trabajo en red y colaborativo entre diversos actores donde el objetivo fue generar espacios de debate, producción, formación y reflexión con organizaciones e instituciones de la comunidad para instalar en la agenda pública la temática. En este sentido, se trabajó sobre la base de las concepciones en materia comunicacional de profesionales tales como Sandra Massonni ya que, tal como ella misma afirma, se pasó de la comunicación como un mensaje “a transmitir a la comunicación como un problema acerca del cual instalar una conversación que trabaje en la transformación del espacio social” (2).

En este camino, también se buscó generar un diálogo que no quedara en la enseñanza de una ley o normativa, el derecho humano a la comunicación, sino que se proponga problematizar el ejercicio de este derecho. Esto implicó favorecer una mirada crítica de las y los actores respecto de su cumplimiento y brindar herramientas que les posibiliten exigirlo cuando no esté garantizado. Tal como propone Abraham Magendzo “es necesario crear condiciones de una educación en Derechos Humanos capaz de transformar y emancipar a las personas para que traten de superar la irracionalidad y la injusticia que subyacen en la violación permanente de los Derechos Humanos en sus vidas cotidianas” (3)

Desde este lugar, luego del relevamiento inicial y tras haber planteado el objetivo general, se definieron las líneas de acción para su concreción:

- Desarrollar una estrategia comunicacional/educativa que logre instalar, problematizar y debatir con distintos actores de la comunidad el derecho a la comunicación.

- Diseño de una marca que identifique el proyecto.
- Articular acciones con distintos grupos abocados a la comunicación popular, instituciones educativas y organizaciones sociales de base.
- Realizar encuentros a modo de jornada-taller que reflexionen sobre la temática en los distintos territorios, pensando actividades diferenciadas para cada grupo.
- Producir materiales comunicacionales y educativos.
- Diseñar y producir una plataforma virtual donde se puedan poner a disposición de la comunidad los materiales para su replicabilidad.
- Sistematizar el proceso de trabajo y entreaprendizaje.

Este momento en el proceso de planificación implicó pensar una estrategia, definir el público destinatario, plantear las acciones que se emprenderían para trabajar con cada uno de ellos y producir los mensajes necesarios para cada acción.

Una vez consensuada esta estrategia con los referentes territoriales, se construyó y fijó un plan de actividades. Dicho plan, abarcó mantener reuniones previas para concertar talleres, construir distintas consignas y materiales teniendo en cuenta a los destinatarios de cada acción de manera que permitiera ir a los diversos barrios de la región, las organizaciones e instituciones y poder trabajar exitosamente la propuesta.

Así fue que se pensó en la posibilidad de realizar jornadas-taller en establecimientos educativos, medios populares y organizaciones sociales, bajo consignas adaptadas a cada grupo. Para dar sólo algunos ejemplos, se participó del V Encuentro Nacional de la Red de Radios Rurales en El Fuerte, Jujuy, donde se compartieron materiales y los participantes grabaron testimonios sobre el derecho a la comunicación en la ruralidad; por otra parte, se continúan realizando talleres con estudiantes secundarios sobre la promoción del Derecho a la Comunicación donde el eje está puesto en la producción de contenidos; asimismo, se realizó una campaña de imágenes con trabajadores No Docentes cursantes de la Diplomatura en Comunicación en Organizaciones Sindicales (FPyCS - FATUN) y con ingresantes a las carreras de la FPyCS.

### **Los materiales como producciones comunicacionales/educativas**

En el desarrollo de la propuesta, el equipo produjo distintos materiales comunicacionales/educativos para acompañar las discusiones en los encuentros. Se trata de productos audiovisuales, digitales y gráficos que pueden ser usados

en procesos comunicacionales planificados en medios de comunicación, organizaciones, políticas de estado y trayectos educativos.

En este camino, contamos con tres materiales promocionales cuyo sentido está puesto en poder contar brevemente qué es la cruzada por el derecho a la comunicación y por qué es un trabajo colectivo. Se trata de dos producciones audiovisuales (nota 1) y una radiofónica (nota 2) que se elaboraron para poder hacer circular en la página y en las redes sociales, entendiendo que era importante para instalar la Cruzada.

Paralelamente se crearon otras dos producciones audiovisuales que tienen por objetivo ser un disparador de las discusiones en los talleres. Una de ellas, “Reconstruir por nuestros derechos” (nota 3), es una entrevista realizada a la Profesora Claudia Villamayor, referente en el campo de la comunicación popular y gestión de medios comunitarios. Este material aborda las últimas modificaciones a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la conformación de los nuevos 21 puntos por el Derecho a la Comunicación.

Por otra parte, el segundo material “De la comunicación como derecho a la comunicación como negocio” (nota 4) se trabaja en una línea de historización donde se problematiza el derecho a la comunicación en Argentina, generando un relato que parte del decreto de radiodifusión durante la dictadura cívico militar (N° 22.285) donde se entendía la comunicación como una mercancía, luego las modificaciones que profundizaron esa perspectiva durante la década neoliberal, la conformación de la Coalición por una Comunicación Democrática y el comienzo de una etapa de debate por la democratización de la comunicación basada en 21 puntos básicos propuestos por la Coalición, la realización de foros de discusión a lo largo del país y la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522), y finalmente nuevas políticas que lesionan los avances alcanzados en materia de derecho a la comunicación.

Por otra parte, se creó una plataforma web exclusiva de la campaña (nota 5) buscando que la propuesta no quedara sólo en las escuelas, organizaciones sociales o medios de comunicación con las que la FPyCS trabaja sino que pudiera ser abierta a la comunidad, como también que no abarcara exclusivamente a la ciudad de La Plata, sino en todas aquellas provincias del territorio nacional que así lo desearan hacer.

Por estas razones, las producciones están disponibles para que puedan circular y abrir el debate, pero a la vez, sabiendo que la producción de mensajes propios implica su desarrollo desde la pertinencia cultural, la identidad local y comunitaria, lo multicultural y pluriétnico. Entonces, los materiales asumen un modelo de comunicación participativo en el que se invita a entrelazar nuevas

reflexiones en torno a la comunicación en Argentina de manera colectiva y en consonancia con ello se propone el diseño y realización de actividades de carácter grupal. En este proceso, pueden ser usados, ampliados, modificados y enriquecidos para que desde lo local cada quién haga sus propios mensajes en esta Cruzada.

Con el mismo objetivo de poder multiplicar la propuesta se abrieron cuentas en las redes sociales Twitter y Facebook (nota 6). Esta acción sirvió para concretar dos aspectos fundamentales: por un lado, visibilizar las distintas acciones que la FPyCS venía realizando en el marco de la campaña a partir de mostrar las producciones y, a su vez, que sirviera como un modo de evaluación, que permitiera ver los alcances de la campaña y su aceptación a partir del grado de interacción con los usuarios de dichas redes.

A la par de la creación de las producciones, se coordinó con distintos referentes institucionales en el territorio cómo se llevarían a cabo cada una de las actividades. Ello implicó que se realizara una articulación con las organizaciones sociales, los medios de comunicación y las instituciones educativas de la ciudad para lograr plasmar la campaña en acciones y resultados concretos en pos de contribuir al derecho a la comunicación. En esta instancia y con la colaboración de las organizaciones con las que articulamos surgió la posibilidad de hacer una cartilla para talleres participativos (ver anexo 1). Allí se reúnen todas las producciones realizadas, con una secuencia didáctica para la realización de encuentros.

### **Algunas conclusiones preliminares de la propuesta**

Si bien la campaña continúa ejecutándose podemos pensar en algunas conclusiones preliminares sobre su desarrollo, vinculadas principalmente a la propia acción extensionista y al rol de la Universidad Pública con relación a los derechos humanos.

Uno de los factores más importantes para el avance de este proyecto significó la posibilidad de construir saberes con otros. Desde la Facultad de Periodismo y Comunicación Social se propone pensar a la Extensión como una forma de entrelazar saberes con la comunidad.

A su vez, comprender el rol de la Universidad Pública y de la Extensión Universitaria a partir de un enfoque que promueva la promoción del derecho humano a la comunicación tiene un gran asidero en la construcción de una sociedad más democrática. Estos ejes fueron claves a la hora de diseñar la planificación de esta propuesta comunicacional, pues en cuanto institución que forma parte del Estado se debe asumir un fuerte compromiso con el territorio, su gente y

las problemáticas que allí emergen, con la finalidad, en este caso, de unir esfuerzos y fortalecer el andamiaje territorial para mantener el debate sobre la necesidad de regular hacia una comunicación más plural y democrática.

Asimismo, como se mencionó párrafos atrás, esta no fue (ni es) una mera tarea difusionista, sino que el objetivo que se propuso fue mucho más allá: lograr la transformación de la realidad a partir de la participación en y con la comunidad. La campaña pone en juego saberes y herramientas comunicacionales que se abren para ser pensadas junto a otros, permitiendo visibilizar la tarea de jóvenes y de adultos que pensaron nuevas preguntas y materiales para retroalimentar la propuesta, lo que llevó a empezar a plantear nuevas acciones para ejecutar.

El armado del proyecto es también un compromiso con el innegable crecimiento de las actividades de extensión en universidades nacionales desde el 2003 hasta el 2015 en línea con las políticas universitarias implementadas. Es decir, pensar, diseñar y ejecutar un proyecto así es también resultado de las transformaciones en materia educativa, que han hecho de la ciencia y técnica una política de Estado.

## Notas

- 1 “Trailer Cruzada por el Derecho a la Comunicación”. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=40mj0jVcGjE> “Cruzada por el Derecho a la Comunicación”. Disponible en <https://youtu.be/TAYY3UXRO18>
- 2 “¿Qué es el trabajo colectivo?”. Disponible en [https://drive.google.com/open?id=OBOWFU-XDmn\\_zLT1ZyT0lwVORXeKE](https://drive.google.com/open?id=OBOWFU-XDmn_zLT1ZyT0lwVORXeKE)
- 3 “Reconstruir por nuestros derechos. Parte I”. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=qOxy7LHlycs>. “Reconstruir por nuestros derechos. Parte II”. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=gZX700c2MCA>
- 4 “De la comunicación como derecho a la comunicación como negocio”. Disponible en <https://youtu.be/EmchQ28F-ZY>
- 5 Página de la Cruzada por el Derecho a la Comunicación. Disponible en <http://perio.unlp.edu.ar/cruzada/>
- 6 Fan Page Facebook Cruzada por el Derecho a la Comunicación. Twitter @cruzadaperio

## Bibliografía

- ESTATUTO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA [En línea] Recuperado de [http://www.unlp.edu.ar/uploads/docs/estatuto\\_2008\\_final.pdf](http://www.unlp.edu.ar/uploads/docs/estatuto_2008_final.pdf)
- MAGENDZO, Abraham (2001). La Pedagogía de los Derechos Humanos. Lima, Perú, 2001.

MASSONI, Sandra (2007). Tres movimientos y siete pasos para comunicar estratégicamente.

“Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido”. Homo Sapiens Ediciones. Rosario, Argentina, 2007.

LEY 26.522 DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. Disponible en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>