



UNER

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS FINAL DE GRADO

*"Comunicación institucional
en Agrupaciones ambientalistas: una propuesta"*

TESISTAS: Dalana Elisabet Leiva
Pedro Nicolás Dassetto

DIRECTORA: Dra. Virginia Kummer

Introducción

Dos de los disparadores puntuales para la elección de este tema, fueron tanto los procesos personales de formación académica, como el recorrido de ambos dentro del ámbito de la comunicación institucional.

Dichas prácticas, nos impulsaron a pensar un proceso de investigación en torno a un objeto de estudio que busca conocer, relacionar y comparar algunas herramientas comunicacionales puestas en juego en la estructura y desarrollo de la comunicación institucional de tres agrupaciones ambientalistas de nuestra ciudad. Dichas organizaciones son: *Movimiento Entre Ríos Libre de Fracking*; *Eco Urbano* y *Fundación M'Bigua*.

En este sentido, nuestra investigación tiene como objetivo posterior la construcción de herramientas comunicacionales que se adapten a la dinámica de cada agrupación, y les permita seguir un procedimiento a la hora de establecer una interacción con los públicos.

Por medio de diferentes acercamientos en el campo se profundizaron los interrogantes desde los que partimos. Los más relevantes fueron:

- ¿Existe una estrategia de comunicación en estas organizaciones?
- Al utilizar diferentes medios ¿lo hacen con una clara idea de los públicos a los que se dirigen y de cómo transmitirles la información?
- Nosotros como futuros Comunicadores Sociales y con experiencia en ésta área ¿cómo podríamos contribuir a que las agrupaciones de este tipo puedan realizar una comunicación institucional estratégica y eficiente?

Varias son las inquietudes, que nos llevan a plantear la necesidad de realizar un trabajo teórico-empírico que aporte nuevas respuestas al conocimiento de algunas herramientas comunicacionales que configuran parte del circuito de la comunicación en estas organizaciones. Pero, para profundizar específicamente en los mencionados instrumentos, es de suma importancia en este recorrido, conocer y comprender, en sus rasgos más generales al menos, la estructura y desarrollo de la comunicación de los organismos seleccionados y abordados para esta investigación. Por eso es que se realizará una descripción de cada Agrupación, que permitirá encuadrar cómo se configura la comunicación dentro del organigrama institucional; qué departamentos se ocupan de su correcto funcionamiento, cuántos y quiénes son los responsables, cuáles

son sus funciones, de qué recursos humanos y económicos disponen, cuáles son sus necesidades y sus carencias, etc. Es decir, conocer las estrategias y procesos operativos para el mejor funcionamiento de la institución, basadas en la cultura orgánica, cómo se fijan y se dan a conocer las directrices que seguirán en dicho espacio, su misión, visión y valores. Estos conocimientos permitirán contextualizar la confección de un diagnóstico de situación tanto, de las anteriormente mencionadas estructuras institucionales como del respectivo desarrollo de sus herramientas comunicacionales.

Dos objetivos generales guían esta investigación. Por un lado, uno de conocimiento y por otro, uno de acción. En este sentido en una primera instancia, se describirán algunas herramientas puestas en juego en la estructura y desarrollo de la comunicación institucional llevada a cabo por las Organizaciones Ambientalistas antes mencionadas. Por otro lado, **se investiga para luego producir un material** –a partir del diagnóstico inicial- de gestión de herramientas comunicacionales, que por sus características básicas y generales sea de fácil adaptación y aplicación.

La elección de elaborar una tesis de producción surge a partir de la idea de poder articular las herramientas teóricas y prácticas adquiridas a lo largo de la carrera, con el objeto de plasmarlas en un material de fácil utilización, dinámico, y adaptable a los distintos tipos de instituciones que lo apliquen.

El contenido de la producción es una guía o protocolo de acción, con estrategias comunicacionales adaptadas a agrupaciones como lo son las estudiadas en esta investigación. Dentro de este marco realizamos un trabajo que abarca dos partes: por un lado, una investigación centrada específicamente en el funcionamiento de las tres agrupaciones mencionadas y por otro lado, un producto final destinado a consultas en materia de comunicación institucional.

De este modo la organización de la tesina contempla seis capítulos:

- En el capítulo **uno** se presentan los antecedentes y principales conceptos de la investigación.
- En el **capítulo dos** aspectos metodológicos y la metodología utilizada.
- El **capítulo tres** contiene el desarrollo de la producción de una Guía de Comunicación Institucional.
- Finalmente, en el **capítulo cuatro** se exponen algunas conclusiones generales del estudio.

Capítulo 1.

Antecedentes y principales conceptos de la investigación.

1. Antecedentes

En el marco de la comunicación interna así como en el de las ONG's existen precedentes. Durante la búsqueda bibliográfica se pudieron localizar diversos estudios. Nosotros trabajaremos con cuatro, en los cuales se reflejan diferentes perspectivas teóricas.

En su tesis final de grado, **Cavallo** (2015)¹ aborda en primer lugar el proceso de conformación del movimiento socioambiental en Paraná y su estado actual. Las instituciones son caracterizadas con sus modos de estructuración, funcionamiento y articulación, como así también con los principales presupuestos teóricos y metodológicos que sostienen, ya que las distintas formas de concebir la problemática ambiental tendrían incidencia sobre el tipo de acciones encaradas y la puesta en juego de las prácticas comunicacionales y educativas preferentes.

Esta tesina se realizó en base a un Enfoque Mixto, (integración del enfoque Cualitativo y cuantitativo) pero haciendo hincapié en el primero. Se estudiaron principalmente los materiales producidos por los grupos, además de los canales que utilizan para desarrollar su comunicación.

Finalmente se llegó a la conclusión que el movimiento ambientalista paranaense, en general, involucra de manera equilibrada las dimensiones educativas y comunicacional en pos de sus objetivos de lograr una ciudadanía más reflexiva y responsable respecto de la problemática socio ambiental. Se determinó que la mayoría de los grupos se enfoca principalmente en llevar adelante actividades de concientización sobre temas específicos y valoran la posibilidad de articular sus esfuerzos con otras de similares características y miradas afines, entendiendo que en esos espacios se produce un encuentro de saberes donde cada uno aporta desde sus conocimientos, logrando fortalecer las acciones en cuanto a calidad y alcances. En este sentido, se percibe la persistencia de un modelo que responde a las características del modelo del

¹ CAVALLO, Araceli. *"Movimiento Ambientalista en la ciudad de Paraná: Organizaciones, estrategias y prácticas comunicacionales"* Tesis Final de Grado FCE UNER. (2015)

*déficit cognitivo*², prevaleciendo un uso orientado a difundir información y actividades más que a fomentar espacios dialógicos que sirvan para la construcción de saberes cooperativos.

Por otro lado, analizamos una investigación comparativa entre Argentina y España, la cual aborda la comunicación de las ONG de ambos países. Resulta interesante el aporte de **Arroyo y Martín** (2011)³ ya que plantean que las ONG disponen de una excelente creatividad, pero que no se ve reflejada en el imaginario colectivo por la falta de profesionalización en la comunicación de las causas sociales, por la ausencia de un plan publicado de estrategias comunicacionales y por la insuficiente apropiación que hacen de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Los autores afirman, que la creatividad no se ve reflejada en notoriedad, impacto, visibilidad y presencia de los temas sociales en el imaginario colectivo, debido a los problemas de relación de las ONG con sus públicos, determinados por la apropiación que hacen de las TICs y por los modelos de comunicación social utilizados.

Es por eso que esta investigación centró su análisis en la comunicación web de las ONG argentinas y españolas, porque se considera que de ese modo se puede identificar los factores sociales, culturales, políticos, económicos y religiosos que determinan los diferentes modelos de expresión de las causas sociales. A partir de allí, a través de información general recogida de las ONG, y con el análisis de un cuestionario realizado para conocer si elaboraban un plan de comunicación, a qué públicos se dirigían, la valoración que hacían de internet, si tenían sitio web, etc., se pudo determinar que, las organizaciones valoraban los beneficios que posee la constitución de redes con otras organizaciones del sector. Además, comprobaron que las ONG Españolas suelen tener un plan de comunicación publicado, en mayor medida que las argentinas. Y que en los dos países, las ONG deberán ampliar sus públicos objetivos y adaptar sus comunicaciones a cada uno de ellos para conseguir una comunicación más eficaz. En otro aspecto, demostraron que el 100% de las ONG españolas y el 85% de las argentinas poseen sitio web, por lo tanto, sostienen que un mayor número de aplicaciones 2.0 en las páginas web tienen una mayor visibilidad en la sociedad.

² Se denomina Modelo del Déficit Cognitivo, al esquema unidireccional o vertical del proceso de comunicación entendido como la transmisión de información desde un sujeto que dispone de un determinado conocimiento -el científico individual, la comunidad científica como emisor colectivo- hacia otro que carece de él -el público lego-. Cortassa, Carina G., 2010

³ Arroyo, I. & Martín, R. (2011). *“La utilización de Internet en la comunicación expresiva de las ONG: Estudio exploratorio comparativo entre Argentina y España”* Universidad Rey Juan Carlos.

En otra investigación, **Arroyo, Martin y Baladrón (2013)**⁴ profundizan el estudio de la Comunicación en ONG Españolas analizando su evolución por diferentes medios. Sostienen que en un principio se mantuvo gracias a los medios de comunicación convencionales, pero de la abundancia de organizaciones y la dificultad para aparecer en esos medios, fue cobrando relevancia primero la comunicación web, y poco después las redes sociales por el abaratamiento que suponen para los procesos comunicativos de las ONG.

El propósito era conocer cuáles son las percepciones y usos que las ONG españolas analizadas hacen de las redes sociales, observando el papel de éstas en la planificación de la Comunicación. Para el desarrollo de este estudio se utilizaron entrevistas y grupos de discusión con el fin de evaluar cualitativamente los datos arrojados por los cuestionarios y profundizar en las relaciones sugeridas por el análisis cuantitativo.

Finalmente se comprobó con este estudio que los usos que las ONG hacen de las redes sociales se relacionan con las percepciones que los responsables de las comunicaciones tienen de los aspectos positivos y negativos de las mismas, que a su vez son limitados por la escasez de recursos humanos y materiales a los que se enfrentan y por la necesidad de incorporarlos en una planificación estratégica que permita complementarlos con otras formas de comunicación. Así, las redes sociales son percibidas por las ONG como una herramienta idónea para desarrollar una comunicación más participativa, que les permitan hablar de par a par con la Sociedad Civil.

En otro aspecto de la comunicación interna, **Rodríguez (2012)**⁵, sostiene la importancia del buen funcionamiento de la misma en una organización. Es por eso que informar sobre lo que ocurre dentro, motivar y establecer una línea de comunicación eficaz entre los empleados, la dirección y los diferentes departamentos de la institución son algunos de los objetivos que persigue la comunicación interna. Además, ayuda a reducir la incertidumbre y a prevenir el rumor, un elemento muy peligroso para las compañías.

⁴Arroyo, I; Baladron, A; Martin, R. (2013) *“La comunicación en redes sociales: percepciones y usos de las ONG españolas”* Universidad Rey Juan Carlos.

⁵ Matzer Rodríguez, C. A.(2012) *“Situación de la Comunicación Interna de la ONG denominada Programas y Proyectos de Desarrollo Integral, PRODI”*. Universidad de san Carlos de Guatemala.

Rodríguez analiza esta situación dentro de una ONG denominada *Programas y Proyectos de Desarrollo Integral*, (PRODI), en la cual se estudió cada uno de los departamentos de la institución y los medios que utilizaban cada uno de ellos para comunicarse. A partir de la observación, recopilación bibliográfica; entrevistas y encuestas, se pudo determinar un diagnóstico de situación en el cual se deja ver la fluidez de la comunicación interna de cada sector. Sin embargo, se notó que la comunicación es débil y de poca información cuando se relaciona un departamento con otro, debido a un sistema de comunicación jerárquica. Además no existe un departamento de comunicación social formal establecido, que analice y forme a los colaboradores para un uso eficaz de los canales y la forma correcta de comunicarse internamente.

Con el análisis de estas cuatro investigaciones podemos ampliar la mirada sobre el panorama comunicacional de las ONG, advirtiendo que existen déficits tanto en la comunicación interna tanto como en la externa. Si bien sólo uno de estos estudios contempla la situación local, es similar el análisis que podemos realizar, ya que en mayor o menor medida notamos que en cada una de las organizaciones estudiadas, el uso de los nuevos medios de comunicación es proporcional a la percepción que sus miembros tienen de ellos. Así, las debilidades de cada ONG local estudiada, se pueden relacionar perfectamente con el perfil de sus miembros.

2. Conceptos teóricos que estructuran el análisis de nuestra investigación

2.1. El inicio: Conflictos Socio ambientales

Los conflictos socio ambientales han ido visibilizándose de manera progresiva en la Argentina de los últimos tiempos. Esto se debe a una multiplicidad de factores, sobre todo si consideramos que no existe una lista de fenómenos que puedan definirse *a priori* como “problemas ambientales”. Según Merlinsky (2013), “los desafíos ambientales de cada sociedad se establecen a partir de la manera en que los actores sociales se vinculan con su entorno para construir su hábitat, generar su proceso productivo y reproductivo” (p.18). Más adelante, el autor señala que la movilización de la sociedad civil, que surge a partir de una determinada definición del fenómeno ambiental, adopta diferentes modalidades aunque “los grupos de **autoconvocados** y las **asambleas ciudadanas** ambientales son los repertorios organizativos que se han desarrollado al calor de esos conflictos” (p. 26).

En el ámbito local el proceso se inició hace ya más de tres décadas, con el surgimiento de un conjunto de **Organizaciones No Gubernamentales Ambientalistas** (en adelante, ONG), profundizándose durante los últimos años con la aparición de las **Asambleas Ciudadanas socioambientales**⁶ (en adelante AC). Ambos tipos de entidades dan cuerpo al movimiento en la ciudad de Paraná y a las tres Organizaciones que se analizan en esta tesina:

- **La Fundación Eco Urbano** comienza a formarse como organización en el año 1993, preocupados por la problemática de los residuos, a partir de esa experiencia comienza a fomentar la comunicación y promoción de la participación comunitaria sobre estas problemáticas. A partir del año 2002 funcionan con personería jurídica, realizando también convenios con universidades para la formación de estudiantes en esta temática.

- **La Fundación M'Biguá** surge el 2 de febrero de 2006, luego de las luchas por el Paraná Medio⁷. En esa época aparece en nuestra localidad el primer tema ambiental

⁶ Tema abordado en profundidad en la Tesina de Cavallo, A. (2015) “*Movimiento Ambientalista en la ciudad de Paraná: Organizaciones, estrategias y prácticas comunicacionales*”. FCE UNER.

⁷ El **proyecto Paraná Medio**, fue un plan diseñado para la construcción de dos obras de represamiento en el tramo medio del río Paraná, en el sector en que su curso se encuentra en ambas riberas en territorio argentino. Afectaba áreas del nordeste de ese país en las provincias de Corrientes, Entre Ríos, y Santa Fe. La represa se proyectaba con el objeto de dotar de abundante energía eléctrica al país, gracias a la construcción de una gran usina hidroeléctrica. La obra fue resistida por entidades ambientalistas, y la ciudadanía en general, que mediante un recurso de

importante que hace surgir una gran cantidad de agrupaciones pequeñas. La fundación nace como espacio que pudiese abarcar y tratar diferentes problemáticas que tienen que ver con lo regional y temáticas zonales.

- **El Movimiento por Entre Ríos Libre de Fracking** se inicia a mediados del año 2012, a partir de una convocatoria abierta a organizaciones de la región. A principios del mes de agosto de ese año se resolvió conformarlo e invitar a la sociedad a sumarse, a partir de una declaración Fundacional consensuada por los promotores. El Movimiento fue conformado por vecinos interesados y diferentes organizaciones de la sociedad civil para mantener a la provincia libre de Fracking.

Según Klachko (2007), las asambleas constituyen los momentos mediante los cuales se deciden los pasos a seguir en la lucha y donde además surgen los líderes espontáneos que son los que marcan los “blancos de la lucha”. Su aporte en cuanto a la composición actoral de las asambleas reside en el hecho de considerar los actores que se involucran en este tipo de acción colectiva. Generalmente las Asambleas están compuestas de fracciones sociales no organizadas de manera autónoma, o bien lo estaban de manera fragmentada o localizada en torno de reivindicaciones puntuales.

2.2. Pensar la Comunicación Institucional

En este sentido, pensamos que es importante analizar la estructura comunicacional de estas organizaciones, teniendo en cuenta su desorganización o inexperiencia. Para ello debemos conocer en qué ideas se sustenta la Comunicación Institucional y cuáles son las herramientas a tener en cuenta para un funcionamiento eficaz. En tal sentido, Uranga (2004) entiende la institución como práctica social y como un lugar de producción de las significaciones sociales, porque es ella quien las genera y es a través de las cuales que los actores percibirán el mundo, las cosas y los individuos. Asimismo, reconoce que también es el lugar de las Relaciones Sociales, ya que es donde se generan las decisiones consideradas por un grupo social (p. 2). En este marco es que se reconocen los procesos comunicacionales. Así, en otro texto, Uranga (2005) sostiene que la relación entre comunicación y prácticas sociales debe ser denominada como **Procesos**

amparo lograron un fallo judicial favorable para paralizar el proyecto. Frente a estos hechos, la provincia de Entre Ríos se declaró libre de nuevas represas sobre los ríos Paraná y Uruguay gracias a la sanción de la ley 9.092 del 25 de septiembre de 1997, extendida en 2002 también al río Gualaguay. La norma fue llevada al artículo 85 de la constitución provincial, al ser esta reformada en 2008.

Comunicacionales, debido a que la utilización de este concepto pretende guardar coherencia con una concepción de la comunicación que se apoya sobre todo en las relaciones y en las interacciones entre los sujetos que son actores de la misma. (p. 1)

En nuestra investigación partimos de dos perspectivas: La *comunicación Institucional/organizacional* y la *Comunicación Comunitaria*; si bien son diferentes visiones, entendemos que se complementan y enriquecen mutuamente, ya que sus aportes pueden llegar a nutrir las estrategias comunicacionales utilizadas en cada organización. Según la concepción de Wiemann y Giles (1990) puede definirse a la **Comunicación** como el proceso de producción, transmisión, recepción e intercambio de mensajes entre dos o más participantes, caracterizado por el uso intencional, consciente de un sistema simbólico mutuamente inteligible. Sin embargo, esta definición es demasiado simplista, siguiendo a Balan (2002) *“La comunicación es ante todo, una relación”* (p. 26) Además creemos que es un proceso continuo de **retroalimentación**.

Así, una definición de Comunicación comunitaria, sostiene que es el conjunto de procesos comunicativos gestionados por diferentes organizaciones de la sociedad civil, tanto de sectores sociales, comunidades y grupos de la sociedad civil, como de comunidades y grupos, aglutinados por intereses políticos ideológicos, o en razón de la raza, la etnia, la clase, la edad, el género, la orientación sexual, las condiciones físicas y mentales, el origen, el territorio, asuntos lingüísticos, entre muchos otros factores.

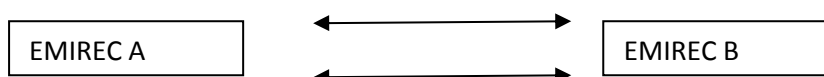
Por otro lado, Fernández Collado (1995) define la comunicación organizacional como *“Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o hacia afuera; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”* (p. 27-31).

Kaplún (1985) indica que desde hace mucho, coexisten dos formas de entender el término Comunicación: por un lado se toma como el acto de informar, de transmitir o de emitir y viene del verbo COMUNICAR. Y por otro lado se entiende como el diálogo, intercambio, una relación de compartir, de reciprocidad, se deriva del verbo COMUNICARSE. En realidad, el autor sostiene que la más antigua de estas acepciones es la segunda. *“Comunicación deriva de la raíz latina COMMUNIS: poner en común algo con otro. Es la misma raíz de comunidad, de comunión; expresa algo que se comparte: que se tiene o se vive en común”* (p. 64).

Así, citando a investigadores latinoamericanos, sostiene que *“La verdadera comunicación -dicen- no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos (aunque sea a distancia y a través de medios artificiales). Es a través de ese proceso de intercambio cómo los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria”*.

El modelo de comunicación que se desprende de esta concepción podría ser elementalmente graficado en dos o más EMIRECS⁸ intercambiando mensajes en un ciclo bidireccional y permanente:

Gráfico N° 1: *Modelo de Comunicación Emi(sor) Rec(eptor)*



Fuente: Kaplún, M. 1985, p.70

Es por ello que hablamos de Procesos Comunicacionales, de prácticas sociales atravesadas por experiencias de comunicación, factibles de ser reconocidas como espacios de interacción entre los sujetos, en los que se llevan a cabo procesos de producción de sentido, de creación y recreación de significados. En este sentido, aunar la idea de lo comunitario y lo organizacional se torna un desafío, ya que implica trasladar conceptos empresariales/institucionales a un ámbito que se supone informal y con sus propias reglas.

Retomando el concepto de Retroalimentación, Padilla (1991) define la comunicación/organización como *“Toda organización humana, cuyos miembros se entienden se comprenden y se retroalimentan, satisface ampliamente sus necesidades y sus objetivos”* (p. 85). Con estas palabras, el autor asegura que cualquier grupo humano, institución, organismo público o privado debe hacer hincapié, en alcanzar un eficiente sistema comunicacional para lograr un buen desarrollo y cumplimientos de los objetivos y metas dentro de la organización.

⁸ Se trata de un término originariamente utilizado por Jean Cloutier para expresar la amalgama de emisor y receptor, retomado luego por Kaplun.

Por otro lado, Fernández Collado (1995) define la comunicación organizacional como *“el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”*. Es en este aspecto donde, de Castro (2009) sostiene que las técnicas comunicativas se funden con otras centradas en la capacitación, la participación, la mediación, en un marco general que se ha denominado como *“Educación ambiental”*, pero que comparte los intereses de la gestión de la comunicación organizacional.

2.3. Comunicación y Educación ambiental

Según lo describe Castro (1999) la Comunicación Ambiental puede ser definida como el proceso de desarrollo e intercambio de mensajes entre diversos actores con el objetivo de promover la extensión de conocimientos, actitudes y comportamientos proambientales y sostenibles. En la actualidad desde la comunicación ambiental deben abordarse una serie de importantes retos para reforzar su papel como estrategia capaz de conseguir cambios sociales e individuales hacia la sostenibilidad. Desde el inicio de una estrategia comunicacional, es necesario evitar caer en los tópicos y la improvisación tan comunes en el desarrollo de actividades de sensibilización ambiental, tanto en la construcción de los mensajes, como en la metodología del diseño y desarrollo de campañas. Para ello es fundamental el conocimiento de la información científica sobre comunicación y persuasión, y posibilitar la asimilación de los avances de la investigación básica y de la práctica de enfoques aplicados como el marketing social.

La transmisión de conocimientos acerca del medio ambiente o de problemáticas socioambientales debe tener en claro a qué quiere apuntar, más allá del sólo hecho informativo. En este sentido como profesionales de la comunicación tenemos que poder establecer objetivos claros para avanzar en la comunicación: uno de los más importantes es favorecer actitudes de participación para proteger o mejorar las relaciones entre el hombre y el medio que lo rodea, será entonces tarea del equipo poder transmitirlos con creatividad y eficiencia hacia la población.

La problemática ambiental puede encararse de distintas perspectivas: desde la Científica, la Cultural o Socio- política, entre otras, sin embargo desde cualquiera de estas miradas, tratar la educación ambiental implica dotarla de una identidad y de una fundamentación racional, éste será el reto de cada una de las Organizaciones que estudiamos, no sólo construir un mensaje sino también construir conocimientos.

Según Cid (2016), dado que la comunicación es un elemento constitutivo de las sociedades a través del cual se construye la cultura, y que la vida de las culturas se desarrolla en función del ambiente, la comunicación forma parte de todo hecho que involucre la relación del ser humano con el ambiente. En el contexto civilizatorio actual, es necesario reconocer y convocar la capacidad transformadora de la comunicación para impulsar el surgimiento de nuevos valores y actitudes de las personas hacia la naturaleza, en un escenario donde la cultura recupere su papel como estrategia de adaptación humana frente a los retos de esta época y hacia el futuro. En este sentido, la autora mexicana interpela al lector a descubrir dentro de los procesos comunicacionales el sentido de construcción de la cultura ambiental y sus argumentos.

2.4. Comunicación y Cultura organizacional

Trelles (2002) asevera que *“la comunicación corporativa nos habla tanto de la realidad de la organización como de la identidad corporativa interna, por lo que puede ser definida como el repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización; por tanto, no se refiere sólo a los mensajes, sino a los actos, al comportamiento mediante el cual todas las empresas (en nuestro caso Organizaciones) transmiten información sobre su identidad, su misión, su forma de hacer las cosas y hasta sobre sus clientes”*, es decir sobre su cultura. Asimismo, Uranga (2005) afirma que *“no puede pensarse la comunicación para el cambio social sin una fuerte presencia en la cultura, en los espacios donde se construyen y constituyen los valores fundantes. Ya que es ahí donde se forjan y constituyen los sujetos que luego se transforman en actores.”* (p.3) Además agrega que esta cultura se hace en base de una compleja trama de procesos comunicacionales en los que se exige la presencia activa y protagónica de comunicadores que, consciente de ello, aporten una mirada transformadora de los acontecimientos y elaboren mensajes acordes con ello.

En este sentido, creemos que el conocimiento de la estructura de los medios y sistemas de comunicación debe considerarse un importante paso para mejorar, no sólo las condiciones laborales, sino también el logro de los fines que buscan las diferentes organizaciones. La falta de experiencia en el manejo, planificación y aplicación de los procesos de información dentro de una organización, pueden provocar un mal desempeño de las tareas y un desequilibrio que afectará sin duda la aptitud, la eficacia y la eficiencia de la organización a la hora de comunicarse. Por ello no es suficiente comenzar un proceso de información hacia los públicos modelos, sino que es esencial

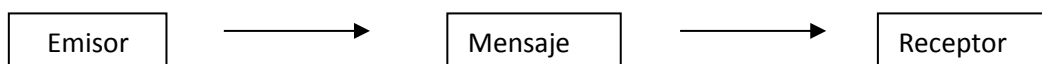
posibilitar el feedback de la sociedad hacia el emisor, recogiendo sugerencias, denuncias y posibilitando la influencia hacia el emisor en un diálogo abierto.

Teniendo en cuenta las disímiles definiciones y puntos de vistas, Padilla (1991) establece que *“en el campo organizacional, la comunicación es una serie de sistemas ordenados, previamente analizados, cuyos objetivos deberán ser: motivar al personal a ejecutar su trabajo eficazmente, evitar su desintegración o marginación; estimular la cooperación y la satisfacción en el trabajo, y fomentar el pensamiento colectivo. Además, debe promover el pensamiento uniforme del proceso administrativo; ayudar a la planeación de la organización; asegurar la transmisión de conocimiento y experiencia; permitir el intercambio de opiniones. En este sentido deberá generar una información confiable; crear y mantener una imagen de la organización en el exterior; utilizar canales o medios estructurados cuidadosamente, y ayudar al cumplimiento de los objetivos organizacionales”* (p. 98)

2.5. Comunicación Organizacional y Educación Ambiental

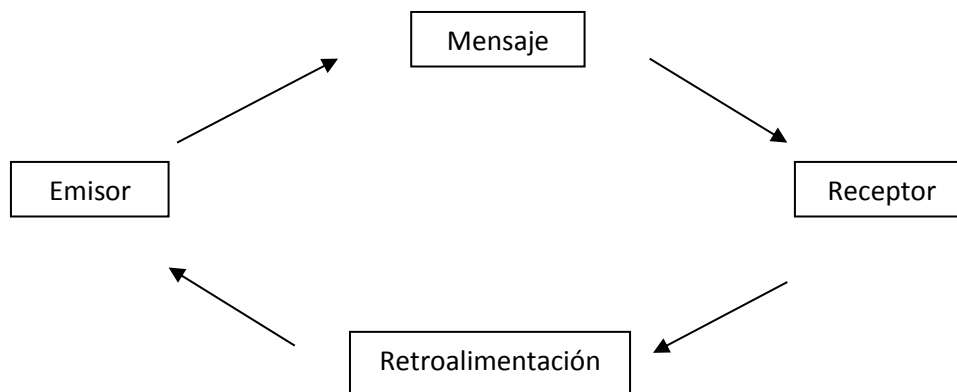
Ahora bien, la comunicación organizacional no debe limitarse solamente a transmitir con claridad instrucciones, sino que también debe definir misiones y responsabilidades. Para esto es necesario determinar eficazmente las líneas de autoridad que se deben seguir y respetar, para efectivizar las líneas de comunicación. Retomando lo dicho en párrafos anteriores, y marcando una diferencia con la Comunicación Comunitaria, se pueden establecer dos modelos de comunicación: **unidireccional o bidireccional**. En el primero el emisor del mensaje conserva la autoridad y no hay comunicación con él, es decir, el receptor pierde la oportunidad de comunicarse con el emisor, se convierte en una comunicación esencialmente autoritaria y por tanto vertical. De modo contrario el modelo bidireccional, ofrece la posibilidad de que el receptor pueda comunicarse con el emisor, generando un intercambio y una interacción de los sujetos intervinientes que no permite el modelo anterior. En este sentido, se acerca a la concepción de comunicación que propone Kaplún en el Gráfico N° 1, ya que podemos hablar de un intercambio de mensajes en un ciclo bidireccional y permanente, es decir, sin estructuras establecidas que configuren una dirección en la comunicación, como mencionamos en párrafos anteriores: *“se trata de una comunidad de prácticas sociales atravesadas por experiencias de comunicación, factibles de ser reconocidas como espacios de interacción entre los sujetos, en los que se llevan a cabo procesos de producción de sentido, de creación y recreación de significados”*- procesos comunicacionales.

Gráfico N° 2: *Modelo unidireccional*



Fuente: Padilla, C. 2000, p. 107.

Gráfico N°3: *Modelo Bidireccional*



Fuente: Padilla, C. 200, p. 108.

De lo expuesto anteriormente se puede analizar que si bien el modelo unidireccional presenta un flujo más rápido, simple y seguro de la comunicación entre los integrantes de una organización; los modelos bidireccionales (de Padilla y Kaplún) presentan ciertas ventajas que favorecen y enriquecen a la organización; ventajas que afectan favorablemente al trabajo de equipo dentro de la organización como también fuera de la misma.

La calidad de los vínculos que logren establecer las organizaciones con el público -y la retroalimentación consiguiente- estará en gran medida influenciada por las mediaciones comunicacionales y educativas, dependiendo de qué opciones se adopten al momento de diseñar y gestionar los mecanismos de interfaz.

En este sentido, las relaciones serán diferentes en caso de optar por un modelo que privilegie una comunicación del tipo vertical o unidireccional -desde el denominando modelo del déficit cognitivo- encargándose de difundir información a la sociedad esperando que sea entendida, o pueden inclinarse por un enfoque más interactivo, privilegiando el diálogo y la participación para el debate de temas a tratar -enfoque interactivo o contextual- (Cortassa, 2012). Este último, creemos es el más adecuado

para trabajar la comunicación de la problemática ambiental, ya que se necesita crear conciencia y no la repetición de conceptos sin análisis propios. En este sentido, Cortassa propone revisar estos enfoques con dos ejemplos claros: por un lado en el estudio de la comunicación de masas, con uno de sus precursores H. Lasswell⁹ quien sintetiza el estudio en las preguntas ¿quién dice a qué, a quién, a través de qué canal, y con qué efecto? Este método fue considerado por años el ejemplar para el análisis de los efectos de la comunicación de masas. Por otro lado, C. Shannon y W. Weaver¹⁰ representaban en términos cercanos el pasaje de información de un artefacto emisor de señales a otro receptor a través de un canal. Sin embargo, la Autora indica que ambos modelos sostienen una concepción instrumental de la comunicación, que siempre tiene la intencionalidad de causar un efecto. Por tanto, la determinación empírica, la explicación y predicción de los efectos en los receptores se constituyen como el núcleo de la investigación comunicacional, con el interés puesto en mejorar la capacidad de persuasión o influencia de los mensajes.

Para de Castro (2009) es necesario que desde la perspectiva ambiental se trabaje para integrar el vasto conocimiento básico y aplicado sobre los modelos que explican cómo funcionan las estrategias de persuasión e información. Así, integrándolos de forma coherente y flexible con otras herramientas sociales se podrá desarrollar un pensamiento racional y eficiente para el diseño, desarrollo y evaluación de los programas e iniciativas de comunicación para la sostenibilidad. Con esta descripción se puede visualizar la integración entre los tipos de comunicación que sustentan esta investigación. Por un lado el conocimiento elemental y básico de una situación, y por el otro el uso de técnicas y estrategias desarrolladas para su difusión y gestión del feedback.

⁹ Laswell analizó las técnicas de propaganda de la guerra mundial, y el estudio de los medios de comunicación, concluyendo que son el canal por el cual se difunden los mensajes propagandísticos. Su modelo se publicó en 1948 siguiendo concepciones Conductistas o Behavioristas en el panorama científico de la época, pretendiendo explicar el comportamiento de las masas como la respuesta ante distintos estímulos.

¹⁰En 1948 publican *A Mathematical Theory of Communication*, donde demostraron que todas las fuentes de información se pueden medir y sentó las bases para la corrección de errores, supresión de ruidos y redundancia, luego se la denominó Teoría de la información.

Capítulo 2.

Aspectos Metodológicos

2.1. Caracterización de la metodología utilizada

La investigación realizada, que precede a la elaboración del material y del cual es insumo, fue realizada de acuerdo a la **perspectiva cualitativa** de investigación social, que se caracteriza por abordar la realidad en su contexto original, tal como acontece, procurando obtener sentido, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para el universo implicado. Los datos se producen a partir de unas pocas ideas y conceptos teóricos básicos generales y sustantivos, apoyados en una consistente argumentación epistemológica, los cuales se van nutriendo a medida que la investigación avanza. El razonamiento inductivo está presente desde el inicio del proyecto, en el cual las observaciones de casos particulares, de instancias, o situaciones llevan a enunciar conceptos, ideas, o hipótesis que a su vez guían la subsecuente búsqueda de datos (Sautu 2005). La investigación que llevamos a cabo busca comprender los ‘micros’ procesos de interacción de nuestra población de estudio y cómo estos se relacionan en un contexto más amplio. De acuerdo al alcance temporal, esta investigación es sincrónica porque se refiere a una situación concreta en un momento específico (Sierra Bravo, 2005).

El trabajo de campo de nuestra investigación está conformado principalmente por observaciones no participantes en actividades públicas que realizaron las Agrupaciones, apoyadas por entrevistas semiestructuradas a los integrantes de las organizaciones. La clasificación de las entrevistas tuvo como eje principal partir de preguntas guías que facilitaran la labor de investigación. Éstas fueron flexibles de acuerdo a las respuestas de las/os entrevistados. El método establecido facilitó el procesamiento y posterior análisis de la información recabada (Scribano, 2008, p. 73). Ambos métodos -observación y entrevista- se llevaron a cabo en tres Agrupaciones Ambientalistas de la ciudad de Paraná: Fundación Eco Urbano, Fundación M'Bigua y Movimiento por Entre Ríos Libre de Fracking. La elección de ellas se debió a que se caracterizan por ser diferentes tanto en su temática de trabajo como en su forma de organización y de trabajo, así como también por su trayectoria. Esto nos permitió una mayor representatividad de la población de nuestra investigación.

Nuestras observaciones las realizamos en actividades tales como radios abiertas, volanteadas, reuniones y talleres, actividades recreativas, entre otros. Además del análisis de materiales tales como boletines electrónicos, redes sociales, comunicados, programas radiales y televisivos. En estos espacios pudimos percibir las conductas de los miembros en pleno proceso comunicacional. Lo esencial, de nuestro trabajo de campo, fue poder identificar los recursos comunicacionales con los que cuentan cada una de las organizaciones.

2.2 Breve caracterización de cada una de las organizaciones

La Fundación Eco Urbano, es la organización con más trayectoria de las que elegimos, de allí se denota la estructura que poseen, tanto organizativa como institucional, convirtiendo a la Agrupación en un referente comunicacional en nuestra tesina.

La Fundación M'Biguá, cuenta con doce años de vida y si bien también está conformada organizativamente con personería jurídica, y cuenta con un equipo de comunicación, sus estrategias comunicacionales no se encuentran bien definidas y carecen de eficacia.

El Movimiento por Entre Ríos Libre de Fracking, es una asamblea de Vecinos Autoconvocados, de pocos años de vida que se conformó para dar lucha a una problemática en particular. Su organización es escasa y los roles de sus integrantes se van definiendo conforme las actividades a realizar. No cuentan con un responsable de comunicación –excepto cuando hay pasantes de Comunicación Social- ni mucho menos de estrategias comunicacionales.

Las organizaciones se diferencian una de otra por distintas características, la ya mencionada estructura organizativa, las actividades que realizan y los miembros que las integran. En lo que sigue abordaremos detalladamente cada una de las tres agrupaciones estudiadas.

A continuación, realizaremos una descripción de cada una de las Organizaciones estudiadas, las mismas son basadas en las observaciones, entrevistas, y recolección de datos tales como folletería, boletines, y análisis de publicaciones en medios y redes sociales, etc.

2.2.1. Fundación ECO URBANO

La fundación comienza a formarse como organización en el año 1993 -aunque queda constituida formalmente un año después- a partir de un grupo de personas preocupadas por la problemática de la basura en la ciudad. Lo que surgió en esa primera organización fue la posibilidad de realizar un plan de separación de residuos. A raíz de ese programa modelo se empezó a formar una organización que se dedicaba mayormente a la comunicación y promoción de la participación comunitaria sobre estas problemáticas. Luego se fueron adaptando a diferentes temáticas que surgían en la región pero sin dejar de tener en cuenta lo que era el contexto latinoamericano y mundial.

Iniciaron formalmente su trabajo teniendo presencia en programas de radio y TV con producciones independientes y a medida que se formalizó el trabajo se conformó lo que hoy es la Fundación y desde el año 2002 cuentan con personería jurídica. De allí surge una administración con un equipo rentado que se divide en las tres áreas de trabajo: Educación Ambiental; Comunicación y Promoción de la Participación Comunitaria y Promoción del liderazgo de los jóvenes, que trabaja con la Organización Eco Clubes de Paraná.



Jornada de Educación ambiental

Actualmente está conformada por un consejo de administración ad honorem con cinco cargos y un equipo de trabajo con un total de 8 personas rentadas en su mayoría, que ejecuta los proyectos de las tres áreas de trabajo. Cada una tiene proyectos, y cuenta con financiamiento del Estado, de privados y de otras Organizaciones no gubernamentales, o de la sociedad civil argentina e internacional. Además realizaron convenios con diferentes universidades y escuelas secundarias para la realización de pasantías y practicas curriculares. A ello, se suman eventualmente jóvenes voluntarios que se incorporan a través de Eco Clubes.



La estructura comunicacional que ha desarrollado Eco Urbano, le ha permitido tener un abanico de posibilidades a la hora de difundir sus actividades. Actualmente, se encuentran realizando un micro en *Canal 11* llamado *"Eco TV"*, aunque anteriormente también se emitía por *Canal 9*, en el mismo se informa sobre determinadas temáticas referidas a la promoción del cuidado ambiental. De igual manera lo realizan en *"Ambiente en la radio"*, programa radial emitido por LT 14 AM 1260. Al inicio de esta investigación, dicho programa tenía un espacio en la *Radio de la UNER* a partir de un convenio con el Programa *"A tres bandas"*.

Además se trabaja con todas las redes sociales y a través de un boletín ambiental electrónico semanal, que es enviado alrededor de doce mil contactos. En ese boletín se incluyen notas o entrevistas de todo tipo que van produciendo. También utilizan folletería en las intervenciones en determinados espacios. *"La Comunicación, que es otro de los pilares de la Fundación Eco Urbano, cruza todas las prácticas de la institución con el objetivo de instalar y sostener sistemáticamente los contenidos de la*

cultura ambiental. El diálogo abierto y participativo es un rasgo que define a nuestra organización” –señalan en su página web, remarcando la importancia que tiene la comunicación institucional en su Fundación.



Canal de Youtube: Programas Eco TV



Micro radial de Eco Urbano en Radio Uner

Uno de los objetivos a futuro de la Fundación es convertirse en una agencia de noticias ambientales, que abarque distintas realidades teniendo en cuenta al contexto global y con fuerte impronta local. Que pueda ser usina para dar espacio a otras

organizaciones ambientalistas, al vecino, al Estado y a todos los actores de la sociedad la posibilidad de contar las cosas que se están realizando. Eco Urbano reconoce estar en relación con el Estado provincial y municipal, ya sea a través de financiamiento o articulando actividades. *“El Estado es el principal actor en la problemática ambiental y nuestra finalidad como Fundación es realizar atención primaria ambiental articulando capacidades con el Estado o aportando desde la educación ambiental”* sostienen desde Eco Urbano.

En el escenario local, las ONG pueden diferenciarse grosso modo en dos clases: por un lado están aquellas integradas a organizaciones más amplias que las apoyan ya sea con recursos humanos o financieros, o son apoyadas por los gobiernos (municipal, provincial o nacional), lo que les permite tener mayor visibilidad y alcance de sus acciones, permitiéndoles plantearse objetivos más amplios ya no solo a nivel local, sino regional y/o nacional.¹¹

Decidimos tomar esta organización como base para estudiar la comunicación institucional en esta investigación. Eco Urbano cuenta con una estructura comunicacional que si bien es perfectible, sirve como punto de referencia para continuar con el estudio de estrategias comunicacionales planteadas en este trabajo.

Aclaración: al finalizar esta investigación, la Fundación se encuentra trabajando activamente, ampliando notablemente los canales de comunicación y los espacios de trabajo. Además integran activamente el Foro de Responsabilidad Social del Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia, desde ese lugar participan y brindan capacitaciones acerca de la importancia de la educación ambiental y el cuidado de los espacios naturales.

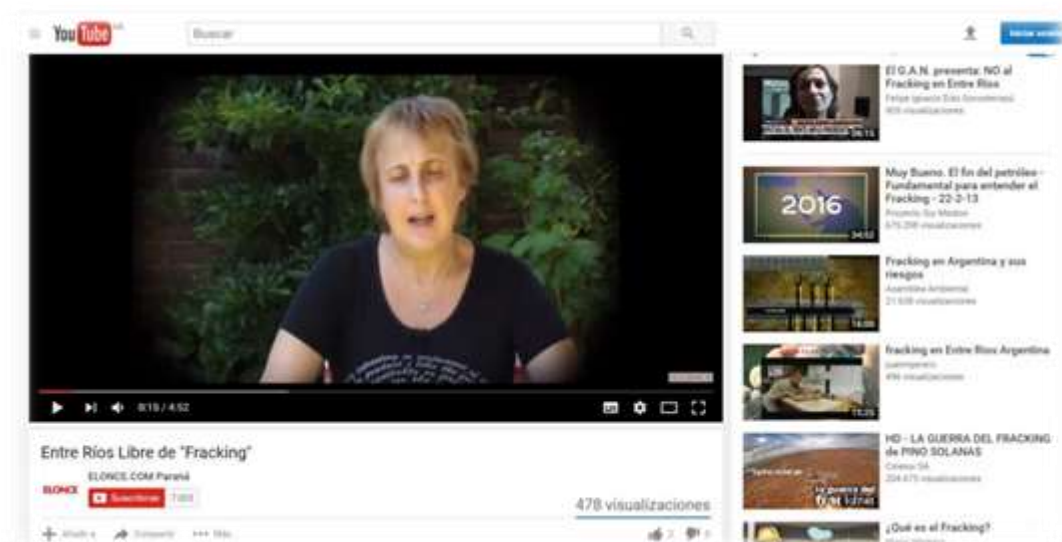
¹¹ Tema abordado en profundidad en la Tesina de Cavallo, A. (2015) *“Movimiento Ambientalista en la ciudad de Paraná: Organizaciones, estrategias y prácticas comunicacionales”*. FCE UNER.

2.2.2. Descripción del MOVIMIENTO POR ENTRE RÍOS LIBRE DE FRACKING

El Movimiento por Entre Ríos Libre de Fracking¹² (de aquí en adelante MERLF) se inicia a mediados del año 2012, a partir de una convocatoria abierta a organizaciones de la región, ante el anuncio de la posibilidad cierta de explorar el territorio provincial en busca de gas no convencional, que de hallarse se extraería con la técnica de la fractura hidráulica. A principios del mes de agosto de ese año se resolvió conformarlo e invitar a la sociedad a sumarse, a partir de una declaración Fundacional consensuada por los promotores.

El objetivo principal es, mantener a la provincia libre de Fracking, para lo cual consideraron necesario, como iniciativa primordial, realizar una intensa actividad de difusión para informar y sensibilizar a la sociedad de los peligros que traería esta técnica. A esos efectos se desarrollaron múltiples acciones como notas en medios, volanteadas, marchas, charlas, ciclos de cine-debate, reuniones, etc.

Nota realizada por Canal Once



¹² *Fracking*, es un término inglés que significa fractura hidráulica, mecanismo que se utiliza para extraer gas no convencional que se encuentra depositado en las rocas del suelo. Para este proceso se utiliza millones de litros de agua dulce por día, mezclada con más de 600 productos químicos tóxicos y arena entre otros. Este gas al encontrarse depositado en rocas impermeables, como la pizarra, permanece inmóvil en los poros de la roca, y para extraerlo además de la perforación hay que romper la roca. Este mecanismo pone en riesgo acuíferos subterráneos, el suelo, el aire y por consiguiente la salud de las personas.

Jornadas de Radio abierta en la Peatonal San Martín - Paraná



Recolección de firmas



El Movimiento fue conformado por vecinos interesados y diferentes organizaciones de la sociedad civil en los primeros encuentros, y luego se fueron sumando una diversidad de actores, como agrupaciones políticas y partidarias. Entre ellas se encuentran:

- Programa de Extensión *“Por una nueva economía, humana y sustentable”* (Facultad de Ciencias de la Educación. UNER);
- Centro de Estudios Municipales y Provinciales (CEMUPRO) Entre Ríos;
- AGMER Paraná y CTA Paraná;
- Frente Amplio Progresista (FAP)
- Bloque de Diputados FAP de Entre Ríos; Partido
- Proyecto Sur;
- Coalición Cívica-ARI de Entre Ríos
- Foro Ambiental de Gualeguaychú
- Asamblea de Autoconvocados por el Problema de la Basura en Paraná

Por nombrar algunos, en realidad son más de treinta las agrupaciones y partidos políticos que integran el Movimiento.

La horizontalidad y la institucionalidad de las asambleas las distingue de las tradicionales ONG de larga trayectoria, porque no tienen ni estructura formal -como una comisión- ni tampoco carácter legal, puesto que se conforman espontáneamente a partir de un grupo reducido que puede ir incrementándose. No obstante, la ausencia de jerarquías preestablecidas no significa que no existan en general voces más fuertes que otras o miembros más comprometidos con la lucha que otros (Cavallo 2015).

Este es un ejemplo, ya que en el MERLF no existe una modalidad regular de trabajo, sino más bien se realizan reuniones cuando existen circunstancias que lo ameritan, y a partir de inquietudes de cualquiera de sus miembros. En estos encuentros se toman decisiones consensuadas y luego se llevan adelante con la participación voluntaria de sus integrantes. No existen áreas de trabajo, sino que se definen grupos y responsables para realizar actividades específicas en cada actividad.

Reuniones Organizativas



En este sentido, con respecto a la difusión de las actividades se hace por diversas vías, pero en especial entre los integrantes y las organizaciones que participan, usando las redes sociales, y los medios de comunicación (medios alternativos que les brindan una colaboración generosa cuando lo necesitan).

Entre los productos comunicacionales que más utilizan se encuentra un volante informativo que tuvo amplia difusión, usado en múltiples actividades y movilizaciones.





¿QUE ES FRACKING?

La Fractura Hidráulica (*fracking*) es la técnica usada para extraer el gas no convencional, almacenado en pequeños poros o burbujas de rocas impermeables ubicados a cientos de metros debajo de la superficie.

Para sacarlo, no basta con perforar (como el gas convencional) sino que se debe, además, fracturar la roca *para que el gas pueda salir*.

Primero, se perforan verticalmente miles de metros, hasta llegar hasta esa roca; y a continuación se perforan horizontalmente tres o cuatro kilómetros.

Posteriormente, se fractura la roca inyectando a altas presiones una mezcla de agua con arena (98%) y una variedad de alrededor de 600 productos químicos muy tóxicos (2%). La arena mantiene las fracturas abiertas, permitiendo la salida de gas. Del líquido altamente contaminado, se recupera controladamente entre un 15 % y un 80 %. El resto, tiene un destino incierto.

CONSECUENCIAS

- ↳ El agua se mezcla con químicos de alta peligrosidad -cuya fórmula se intenta mantener en secreto- de los cuales 17 son tóxicos para organismos acuáticos, 38 son tóxicos agudos y ocho son cancerígenos probados -junto a otras seis sustancias sospechosas de serlo-, siete son elementos mutagénicos y cinco provocan efectos sobre la reproducción.
- ↳ A eso se le agregan metales pesados, hidrocarburos y materiales naturalmente radioactivos que esta técnica trae a la superficie. Todo ello contamina enormemente el agua para consumo, riego y producción.
- ↳ Se ha demostrado que ha causado terremotos hasta de 4 grados en las zonas de explotación.
- ↳ Aumenta enormemente las emisiones de gases de efecto invernadero, pues se expulsa al aire hasta el 8% del metano extraído en toda la vida útil de cada pozo.

La legislatura entrerriana aprobó en 2010 la ley de hidrocarburos, que abre las puertas al uso de esta tecnología tan nociva para el ambiente y la economía.

YA SE HA PROHIBIDO EN VARIOS PAISES EUROPEOS, COMO FRANCIA Y BULGARIA, Y EN VARIOS ESTADOS DE CANADA Y ESTADOS UNIDOS. NO DEJEMOS QUE AVANCE, ACTUEMOS ANTES QUE SEA TARDE

Tienen participación en las redes sociales y cuentan con un blog donde se compartían (se encuentra inactivo) textos y materiales sobre esta problemática. Aunque hay que resaltar que su presencia en Facebook es confusa, ya que existen grupos cerrados, Perfil y fanpage, sin mencionar cuál es la cuenta oficial, lo cual hace más dificultoso el acceso a la información que comparten.

Grupo Cerrado de Facebook “Entre Ríos Libre de Fracking - Comunicación”

The screenshot shows the Facebook group interface for "Entre Ríos libre de Fracking - Comunicación". The header features a banner with the group name and a "Grupo cerrado" (Closed group) status. Navigation tabs include "Conversación", "Miembros", "Eventos", "Fotos", and "Archivos". A search bar is present on the right. The main content area shows a post by "Luis Lafferiere" dated "miércoles, 1 de febrero de 2017 a las 18:38". The post text discusses a provincial law project and a meeting. The right sidebar contains sections for "AGREGAR MIEMBROS" (Add members), "MIEMBROS" (106 members), "SUGGESTED MEMBERS", "DESCRIPCIÓN" (Description), and "CREAR GRUPO S NUEVO S" (Create new group).

Entre Ríos libre de Fracking - Comunicación
Grupo cerrado

Eres miembro ▾ Compartir Notificaciones ...

Conversación Miembros Eventos Fotos Archivos

Publicación Foto/video Encuesta Más

Escribe algo...

ACTIVIDAD RECIENTE

Luis Lafferiere
miércoles, 1 de febrero de 2017 a las 18:38

Estimada... es en procura de la sanción de la ley que promueve el fracking en nuestra provincia, invitamos para una reunión del movimiento por Entre Ríos Libre de Fracking, para el día jueves 16 de febrero a las 18,30 horas en AGMER Paraná.

Como recordarán, el proyecto de ley provincial aprobado por Diputados contenía un grueso error, que se manifestaba en la burda contradicción de prohibir la actividad (en su artículo primero) y a la vez autorizarla implícitamente (en su artículo segundo). La Cámara de Senadores modificó ese artículo segundo y dejó firme la prohibición del fracking, por lo que el proyecto vuelve ahora a Diputados, quien deberá decidir si aprueba el cambio y sanciona esta ley por la cual hemos venido luchando desde el año 2012, en que formamos este movimiento.

AGREGAR MIEMBROS

+ Ingresar un nombre o correo electrónico...

MIEMBROS 106 miembros

SUGGESTED MEMBERS Ocultar

Mirta Reichel Agregar miembro

Mara Leiva Agregar miembro

Pedro Nicolas Dassetto Agregar miembro

Ver más

DESCRIPCIÓN Agregar una descripción

Cuéntales a los demás de qué se trata este grupo.

CREAR GRUPO S NUEVO S

Con los grupos, compartir con amigos, familiares y compañeros

Crear grupo

Perfil de Facebook

The screenshot shows the Facebook profile page for "Entre Ríos Libre de Fracking". The cover photo features the text "YO QUIERO A ENTRE RIOS LIBRE DE FRACKIN". The profile picture shows a hand holding a small object. The page includes navigation tabs for "Biografía", "Información", "Amigos", "Fotos", and "Más". The "Presentación" (Bio) section indicates the user "Vive en Paraná". The "Fotos" section shows "No hay nada para mostrar". The main content area has a post creation box with the text "Escribe algo a Entre Ríos..." and a "Publicar" button.

YO QUIERO A ENTRE RIOS LIBRE DE FRACKIN

Entre Ríos Libre de Fracking

Amigos ▾ Siguiendo ▾ Mensaje ...

Biografía Información Amigos 7 amigos en común Fotos Más ▾

Presentación

Vive en Paraná

Fotos - No hay nada para mostrar

Publicación Foto/video

Escribe algo a Entre Ríos...

Publicar

Fanpage de Facebook



Por otro lado, también se utilizó mucho en el comienzo del Movimiento, el trabajo con docentes en las escuelas, de ahí surgió un proyecto que pretendía que el Poder Legislativo sancione una ley para prohibir el Fracking en la provincia. Para difundir ese proyecto utilizaron recursos comunicacionales de radios abiertas en distintos puntos de la ciudad, convocando a la junta de firmas para ese proyecto.

Charlas en Escuelas





Además, y como otra forma de comunicación realizaron intervenciones artísticas, movilizaciones a casa de gobierno, charlas informativas, ciclos de cine. Pero lo que ellos sostienen que ha sido la herramienta más importante de difusión, es haber logrado a través de charlas y talleres y mediante organización de los vecinos, que en más de 30 municipios de la provincia se sancionen ordenanzas prohibiendo la fractura hidráulica en esa región, la idea que mantienen es poder llegar a la máxima cantidad de municipios libre de Fracking. Sostienen que *“otro gran logro fue haber conseguido que la Cámara de Diputados de la Provincia de Entre Ríos sancione con fuerza de Ley el proyecto por el cual se prohibió la prospección, exploración y explotación de hidrocarburos líquidos y gaseosos por métodos no convencionales como la fractura hidráulica”* *“De esta manera Entre Ríos se convirtió en la primera provincia de la Argentina en considerarse libre de Fracking”*¹³.

Para realizar un correcto diagnóstico de Situación de MERLF, es necesario que el análisis contenga no sólo sus problemáticas o dificultades, sino también sus potencialidades, que serán las herramientas a tener en cuenta para crear una estrategia comunicacional dinámica y útil a sus capacidades.

¹³ Así se expresa en el sitio www.laizquierdadiario.com donde se anuncia a Entre Ríos como la primer provincia en obtener este logro.

Algunas de las falencias que notamos en su organización comunicacional son:

- DISTORSIÓN DE FUNCIONES: se diluyen las responsabilidades porque explícitamente no hay determinación de funciones, si bien entre los integrantes deciden qué actividad realizará cada uno, no siempre son los mismos.
- SUPERPOSICIÓN de roles y/o actividades.
- FALTA de estrategias de comunicación, lo cual trae aparejado una saturación de información que no es eficientemente difundida.
- INEXISTENCIA de una cuenta de Facebook, de fácil acceso y que llegue a los diferentes públicos. (Sólo existen grupos cerrados)
- DESACTUALIZACIÓN e inactividad del sitio web (blog)

Algunos ejemplos de fortalezas que posee el grupo:

- Reconocimiento de los problemas y voluntad de cambio
- Existencia de recursos humanos valiosos
- Existencia de recursos técnicos.
- Existencia de experiencias previas de comunicación
- Existencia de un sistema de comunicación interna a través de UN encargado que procesa y envía las novedades a todos los integrantes del Movimiento.

Aclaración: al finalizar este trabajo de investigación, las fortalezas y debilidades del Movimiento no se modificaron. Las comunicaciones se realizan del mismo modo, aunque se encuentra más activo el grupo cerrado de facebook y no se advierte una apertura hacia la población para integrar el mismo.

2.2.3. Descripción de la FUNDACIÓN M'BIGUÁ

La Agrupación surge el 2 de febrero de 2006, luego de las luchas por el Paraná Medio. En esa época aparece en la ciudad de Paraná el primer tema ambiental importante, que hace surgir un conjunto de agrupaciones pequeñas que aún hoy siguen trabajando sobre diferentes temas. Así es como un conjunto de personas que trabajaban en los temas ambientales desde hacía muchos años deciden conformar Fundación M'Biguá. La mayoría de los miembros fundadores, formaban parte del Foro Ecologista del Paraná, fue entonces que decidieron que era momento de empezar una nueva etapa, y conformar una nueva Organización con un perfil y objetivos diferenciados del Foro Ecologista



La fundación nace como espacio que pudiese abarcar y tratar diferentes problemáticas que tienen que ver con lo regional y temáticas zonales, Por ej.: el tema de las represas sobre el río Paraná-Uruguay. Además aseguran que al dedicarse a realizar proyectos financiados por organizaciones internacionales e investigaciones científicas, necesitaban una estructura que les permita que el personal se aboque a ese

trabajo plenamente y no en forma voluntaria. De ahí que se conformó una comisión encargada de buscar recursos económicos para abonar los sueldos de los investigadores.



La mayoría de los miembros que integran la Fundación son profesionales de distintas disciplinas especializados en temáticas ambientales. Cuentan con dos abogados, un ingeniero mecánico, una licenciada en biología, un licenciado en comunicación social, un médico y un geólogo. En síntesis, son siete personas rentadas y cinco voluntarios, también en el momento de la entrevista se encontraban realizando su práctica curricular tres estudiantes de Comunicación Social, que trabajan en la fundación sobre su proyecto.

M'Biguá se financia con los recursos que les proveen algunos proyectos que son costeados a través de la Cooperación Internacional, estos proyectos se concursan y sostienen algunos recursos para investigaciones o para campañas. También cuentan con un sistema de socios que se suscriben a través del sitio web, si bien no son muchos, colaboran con dinero o con artículos que se va necesitando.

En términos comunicacionales, la Fundación cuenta con un Equipo de Comunicación institucional, conformado por un Licenciado en Comunicación Social que es rentado y trabaja part time en la organización, y además un Técnico en

Julián Stoppello



Periodista y escritor. Responsable del área comunicación y prensa de la Fundación M'biguá. Editor de publicaciones en papel y de la página web mbiguá.org.ar.

Comunicación Social voluntario quien asiste en las distintas tareas de las que se encarga el equipo. Como por ejemplo, el mantenimiento del sitio web, además del manejo de redes sociales y la comunicación con otras organizaciones y también el contacto con los medios.

El soporte fundamental de la comunicación de M'biguá es a través del Sitio Web en el cual se publica todo lo que se considera trascendente, no sólo las noticias institucionales, es decir las tareas que se desarrollan la institución, sino también las noticias del mundo ambiental.



Por otro lado, cuando la Comisión Directiva considera *“que hay alguna información importante para dar a conocer a la sociedad, con el apoyo del equipo de comunicación se realizan en distintos medios locales y nacionales comunicados de prensa, o se mandan las noticias a los medios para q las publiquen”*. La Fundación no suele realizar conferencias de prensa, sino que utilizan los comunicados y prefieren brindar un contacto para que el periodista amplíe la información que considere necesaria.



Las herramientas comunicacionales con las que cuentan, son redes sociales como Facebook y Twitter, también utilizan un sistema de mails a través de grupos donde se intercambian información y contenidos de interés, y por supuesto el sitio web. La frecuencia de actualización de estas herramientas no es diaria, sino semanal. En los grupos de mail se hacen diariamente los intercambios de información, ya que todos los contactos son miembros de otras organizaciones y de Redes. Además forman parte como Secretaría Ejecutiva de la *“Alianza sistemas de Humedales de los Ríos Paraná-Paraguay”*, de allí surgen noticias que permanente se están brindando hacia las 19 organizaciones que la integran.

Para realizar un correcto diagnóstico de Situación de la Fundación M'Biguá, es necesario que contenga no sólo sus problemáticas sino también sus potencialidades, que serán las herramientas a tener en cuenta para crear una estrategia comunicacional dinámica y útil a sus capacidades.

Algunas de las falencias que notamos en su organización comunicacional son:

- FALTA de estrategias de comunicación para la difusión de los contenidos en redes sociales, ya que no generan gran interés en el lector.
- INEXISTENCIA de una cuenta de Facebook unificada, ya que aparecen dos fanpages.
- DESACTUALIZACIÓN de Facebook, no genera presencia en los demás usuarios.
- DEMORA o INEXISTENCIA en las respuestas a través de Facebook.
- DIFICULTAD para comunicarse telefónicamente.
- INEXISTENCIA de publicaciones en la cuenta de Twitter

Fanpage de Facebook I



Fanpage de facebook II



Cuenta de Twitter inactiva desde su creación



Algunos ejemplos de fortalezas que posee la Fundación:

- Equipo de profesionales especializados en Comunicación social.
- Existencia de recursos humanos valiosos
- Existencia de espacio físico propio para el trabajo.

- Buena presencia en los medios a través del encargado de Comunicación.
- Existencia de gran cantidad de contactos a nivel regional, nacional e internacional.



M'Biguá planteó propuestas y preocupaciones al intendente Varisco

Por Comunicación En noviembre 22, 2016 In Destacadas, Slider, Sociedades sustentables No hay comentarios

El intendente de la ciudad de Paraná, Sergio Varisco, acompañado en la oportunidad por la subsecretaria de Ambiente Sustentable, Rosa Hojman, recibió en su despacho a Jorge Daneri, abogado y referente de Fundación M'Biguá Ciudadanía y Justicia Ambiental.

Uno de los aspectos centrales de la reunión fue la propuesta formulada por M'Biguá con el propósito de impulsar el uso de la bicicleta como medio de transporte en la capital entrerriana.

En ese sentido, Daneri planteó la posibilidad concreta de avanzar en un futuro convenio con la ciudad de Amsterdam, Holanda, donde más del 80 % de la población se moviliza en bicicleta, siendo una región con densidad demográfica parecida a la vecina ciudad de Santa Fe.

Aclaración: Al finalizar esta investigación, las comunicaciones se han visto mejoradas debido al uso de redes sociales y a un trabajo más constante de los profesionales que allí trabajan.

2.3. Cuadro comparativo entre las distintas organizaciones analizadas.

Agrupación	ECO URBANO	M'BIGUÁ	MERLF
Conformación	Consejo de administración ad honorem con cinco cargos y un equipo de trabajo con 8 personas rentadas que se divide en las tres áreas de trabajo: - Educación Ambiental; - Comunicación y Promoción de la Participación Comunitaria - Promoción del liderazgo de los jóvenes	Se conforma por profesionales de distintas disciplinas especializados en temáticas ambientales. Dos abogados, un ingeniero mecánico, una licenciada en biología, un licenciado en comunicación social, un médico y un geólogo pasantes de Comunicación Social.	Está conformado por vecinos interesados y diferentes organizaciones de la sociedad civil y una diversidad de actores, como agrupaciones políticas y partidarias.
Surgimiento	Surge en 1993	Surge en 2006.	Surge en 2012
Principal Problemática Abordada	Plan de separación de residuos.	Las represas sobre el Río Paraná-Uruguay.	Mantener a la Provincia libre de la técnica de la fractura hidráulica.
Herramientas Comunicacionales	Presencias en televisión (Canal 9) y radio (UNER), redes sociales, boletín electrónico semanal. Sitio Web	Facebook y twitter, Sistema de mails a través de grupos, sitio web.	Notas en medios, volanteadas, grupo de Facebook, blog, marchas, charlas, ciclos de cine-debate, reuniones.
Falencias comunicacionales	Falta de adecuación y adaptación al crecimiento constante de la organización.	Falta de estrategias de comunicación; Inexistencia de una cuenta de Facebook unificada; Desactualización de Facebook; Demora en las respuestas a través de las Redes Sociales.	Distorsión de funciones; Superposición de roles y/o actividades; Inexistencia de una cuenta de Facebook; Desactualización del sitio web (Blog);
Fortalezas comunicacionales	Existencia de recursos humanos y técnicos valiosos; Existencia de espacio físico propio para el trabajo; Buena presencia en los medios	Existencia de recursos humanos valiosos; Existencia de espacio físico propio para el trabajo; Buena presencia en los medios.	Reconocimiento de los problemas y voluntad de cambio; Existencia de recursos humanos y técnicos valiosos; experiencias previas de comunicación;

2.4. Análisis de las entrevistas

Otras de las actividades que realizamos en esta investigación fueron las entrevistas a los integrantes de las organizaciones. Las entrevistas fueron semi-estructuradas, previamente elaboramos un bosquejo de las preguntas a tener en cuenta al momento de conversar con los entrevistados. Este tipo de herramienta nos permite disponer de un “guion”, con los temas que se deben tratar a lo largo de la entrevista. Sin embargo, el orden y el modo de formular las preguntas quedan a elección del entrevistador, de acuerdo a la valoración y desarrollo de la misma. Es decir, se puede plantear una conversación efectuando las preguntas que se crean oportunas y hacerlo en los términos que se estimen convenientes, tal como explicar su significado, pedir aclaraciones y que se profundice en algún extremo cuando le parezca necesario, establecer un estilo propio y personal de conversación.

La dinámica de cada entrevista, casi siempre, fue la misma: a través de un contacto telefónico con los referentes de cada agrupación y coordinando un encuentro, todas las personas con las que nos contactamos tuvieron buena predisposición para responder las preguntas y contribuir con nuestra tarea.

Realizamos un total de 6 entrevistas formales en las tres Agrupaciones, algunas dudas se fueron consultando a través de whatsapp o mails, gracias a la predisposición de los entrevistados. En estas charlas tuvimos contacto con diferentes personas, tanto con los referentes de la institución como así también con responsables de otras áreas, como la comunicacional. En el caso del MERLF, que no cuentan con áreas específicas de trabajo se coordinó una reunión con varios de los miembros, además de uno de sus referentes.

El análisis de las entrevistas de cada una de las tres instituciones nos arroja información que permite sacar algunas conclusiones de orden general.

Por un lado remarcar las diferencias que existen en cada una de las agrupaciones estudiadas. Como mencionamos en la descripción, Fundación Eco Urbano, es pionera en materia de comunicación, y su horizonte es crecer en ese sentido, algo que se ve reflejado claramente en las observaciones realizadas, tanto de actividades como así también en el discurso de sus publicaciones *“Lo que se intenta hacer tiempo es convertir a la fundación en una “agencia de noticias ambientales” de fuerte impronta local, sin dejar de lado el contexto global, pero priorizando lo local”* aseguran en la Fundación. En las entrevistas realizadas pudimos notar el grado de

compromiso con esta causa, y la importancia que les representa lo comunicacional como institución. Sus ideas de avance, las actividades que realizan y las formas que emplean para comunicarse con la sociedad, denotan la organización bien definida que poseen. Asimismo, realizaron una autocrítica de los aspectos a mejorar en materia comunicacional.

Por otro lado, el MERLF no tiene puesto su eje en la comunicación hacia afuera de la agrupación, si bien cuentan con algunas herramientas no tienen la preponderancia que necesitan. Como ellos mismos reconocen, *“La difusión de las actividades se hace por diversas vías, pero en especial entre los integrantes y las organizaciones que participan, usando las redes sociales, y los medios de comunicación, acotados más que nada a algunos medios alternativos que nos brindan una colaboración generosa cuando lo necesitamos”*- comenta el referente del Movimiento, Cr. Luis Laferriere. Su compromiso está puesto en la problemática del Fracking, sin tomar en cuenta que a través de estrategias de comunicación sería mucho más fácil acercarle su trabajo a la población, sobre todo con una temática prácticamente desconocida en nuestra provincia.

Por último, la Fundación M'Biguá, cuenta en su equipo de profesionales con dos comunicadores sociales, sin embargo, su trabajo se centra en la redacción de documentos que luego se comparten con otras agrupaciones ambientalistas del país. – *“El equipo de comunicación está integrado por dos personas, un Lic. En Comunicación Social, que es rentado y trabaja part time en la organización, y además un Técnico en Comunicación Social voluntario quien asiste en las distintas tareas de las que se encarga el equipo”*- y agregan además que cuando se trata de un tema trascendente se informa a los medios nacionales y de la región. Si bien cuentan con sitios web y redes sociales, están desactualizadas y la interacción con sus usuarios es prácticamente es escasa. Cabe aclarar que en el desarrollo de este tesina, hemos observado que el proceso comunicacional de M'Biguá ha ido fortaleciéndose.

Para finalizar, queremos remarcar que las entrevistas fueron muy enriquecedoras, no sólo observamos la forma de trabajo en materia de comunicación, sino que el grado de compromiso por la educación ambiental estuvo presente en cada una de ellas. El permanente desafío de estas agrupaciones, es hacer saber a la población de las distintas problemáticas ambientales de la región y del mundo. Empezar por las pequeñas acciones es sólo una de las aristas que vimos, lo fundamental ha sido y siempre será estar informados. De ahí la importancia de que los que tienen la información, la hagan llegar eficientemente a la comunidad, desde nuestra posición

como profesionales, rescatamos el hecho de que en los tres casos estudiados, destaquen la participación de estudiantes, técnicos o Licenciados en Comunicación Social, interviniendo en dichos procesos.

2.5. Observaciones

Una herramienta muy útil para el análisis del proceso de comunicación de las organizaciones es la observación, ya que *"tiene la capacidad de describir y explicar el comportamiento, al haber obtenido datos adecuados y fiables correspondientes a conductas, eventos y /o situaciones perfectamente identificadas e insertas en un contexto teórico"* (Piéron, 1986).

Como mencionábamos en párrafos anteriores, nuestras observaciones fueron realizadas en actividades tales como radios abiertas, volanteadas, reuniones y talleres, actividades recreativas, entre otros. Además del análisis de materiales tales como boletines electrónicos, redes sociales, comunicados, programas radiales y televisivos. En estos espacios pudimos percibir las conductas de los miembros en pleno proceso comunicacional a través de una guía diseñada para tal fin. En la misma, sus categorías de análisis se definen a través de una escala de estimación, mediante la cual se estima o valora cómo se manifiesta la situación objeto de la observación, es decir, presentan gradaciones para calificarlas.

Nuestro criterio para su calificación fue determinado de acuerdo a la siguiente valoración:

- Muy Bueno: se tienen en consideración diversos aspectos en la organización.
- Bueno: no se tienen en cuenta todos los detalles de la organización.
- Regular: se tiende a la improvisación.

Nombre de la Agrupación:	
Fecha:	Duración:
Descripción de la Actividad:	
.....	
Aspectos Observados:	Observaciones:
Presentación de la Actividad:	
Productos comunicacionales utilizados en la misma:	
Trato con los públicos:	
Trabajo en equipo:	
Dinámicas utilizadas:	

2.6. Análisis de las observaciones

La riqueza de este método nos proporciona una herramienta más de estudio, ya que podemos observar el comportamiento tal como se presenta normalmente en el medio, y reflejar con mayor precisión los patrones de comportamiento. En nuestra investigación optamos por hacer énfasis en el proceso comunicacional propiamente dicho, más que por los comportamientos.

Los puntos en los que pusimos máxima atención son:

- **Presentación de la Actividad:** tanto en su aspecto visual como las formas en que organizaban determinada intervención o publicación.
- **Productos comunicacionales utilizados:** elementos con los que apoyaban la actividad.
- **Trato con los públicos:** cómo era la vinculación con los participantes, de qué modo se relacionaban con la información.
- **Trabajo en equipo:** distribución de los roles y actividades.
- **Descripción de las dinámicas realizadas:** principal atención a los mecanismos de trabajo.

De las diversas observaciones realizadas en actividades podemos concluir que las diferencias estructurales vistas en las entrevistas, no se distinguen en el desarrollo de las mismas, ya que la organización y dinámicas suelen asemejarse entre las agrupaciones. Cabe aclarar, que la fundación Eco Urbano realiza una fuerte campaña de difusión antes del desarrollo de las actividades, no así MERLF o M'BIGUÁ. Sin embargo, al realizarse por lo general en espacios públicos cuentan con la ventaja de poder acercarse a los públicos sin demasiados problemas. Este es un factor de gran importancia para la educación ambiental, ya que el contacto con la audiencia se da en forma personal, y es una vía inmediata para el despeje de dudas.

Una de las actividades más novedosas para el acercamiento a los públicos, fue la de “Intervenciones artísticas” dentro del contexto de una determinada problemática ambiental. Estas intervenciones son llevadas a cabo, en su mayoría, por grupos de jóvenes, estudiantes de teatro, artes visuales, comunicación, etc. Que brindan sus conocimientos a la causa, y que aportan una perspectiva diferente a la educación ambiental, demostrando que otros espacios de diálogo también son posibles.

Capítulo 3.

Producción de una guía de Comunicación Institucional

3.1 ¿Por qué tesis de Producción?

La elección de elaborar una tesis de producción surge a partir de la idea de poder articular las herramientas teóricas y prácticas adquiridas a lo largo de la carrera, con el objeto de plasmarlas en un material de fácil utilización, dinámico, y adaptable a los distintos tipos de instituciones que lo apliquen.

La palabra producción nos interpela a crear, a concientizarnos sobre la creación de un material que nos sustente el trabajo diario de los que elegimos la comunicación institucional como lugar de trabajo. Nos refiere a un proceso, en el cual poner en juego todos nuestros conocimientos y capacidades al servicio de un material que sea de apoyo, que abra a la posibilidad de seguir desandando este camino y aportando ideas para desarrollarnos como profesionales capacitados.

La necesidad de producir un material de guía para la comunicación efectiva en Agrupaciones ambientalistas, surge a raíz de distintas observaciones en las organizaciones estudiadas. Al comprobar que en ellas –con excepción de Fundación Eco Urbano- prácticamente no existe un protocolo de acción para la difusión y comunicación institucional, proyectamos un material de fácil utilización y adaptación a cada una. Aún más teniendo en cuenta que en sus fortalezas, se encuentran con profesionales de la Comunicación entre sus miembros.

No obstante, al conocer sus debilidades, como por ejemplo la falta de estrategias de comunicación, la distorsión en los roles o funciones de sus miembros, las demoras en las respuestas, etc., se nos presenta la oportunidad de brindar herramientas para la resolución de estos inconvenientes, que en una visión global de la comunicación institucional, hacen que se vea poco eficiente y efectiva.

Si bien los tres casos estudiados cuentan en mayor o en menor medida con debilidades en sus comunicaciones, es de destacar que la Fundación Eco Urbano, es quien más presente y en desarrollo tiene las políticas comunicacionales, como ellos mismos indican *“Lo que se intenta hacer tiempo es convertir a la fundación en una “agencia de noticias ambientales” de fuerte impronta local”*. En este sentido, nuestro

trabajo de Producción toma en consideración esta idea y plantea no sólo un material para iniciar en este ámbito, sino también se introduce en cuestiones de marketing y redacción de contenidos ambientales.

El contenido de la producción es una guía o protocolo de acción, con técnicas o ideas comunicacionales adaptadas a agrupaciones como lo son las estudiadas en esta investigación. Dentro de este marco realizamos un trabajo que abarca dos partes: por un lado, una investigación centrada específicamente en el funcionamiento de las tres agrupaciones mencionadas y por otro lado, un producto final destinado a consultas en materia de comunicación institucional.

Esta guía, pensada como un “paso a paso”, puede recorrerse siguiendo un determinado nivel de conocimiento de la comunicación institucional, pero a su vez enriqueciendo los conocimientos ya adquiridos. Por esta razón, se podrá comenzar leyendo los “Primeros pasos”, y continuando en el recorrido de la guía hacia aspectos más avanzados como la técnicas de marketing de contenidos.

Así, aunque desarrollemos nuestra actividad profesional dentro de una agrupación que luche por la educación ambiental, será fundamental en los próximos años utilizar todas las herramientas comunicacionales posibles, para penetrar los nuevos públicos, orientados mayormente a la comunicación digital. De esta manera, promovemos a las organizaciones estudiadas –a partir de los profesionales de la comunicación que poseen- a plantearse como metodología de trabajo la importancia de una estrategia comunicacional.

Nuestro desafío como profesionales será correr la mirada del conocimiento del Déficit cognitivo¹⁴ (Cortassa, 2012), para ahondar en las formas de comunicación ambiental más interactivas y dinámicas y que, tanto la concientización como los reclamos lleguen a la sociedad en su conjunto, y que no desaparezcan con el tiempo, sino lograr que la información cree un registro consciente en nuestros públicos y así reproducirlas más efectivamente.

El reto del Comunicador Social de Agrupaciones Ambientalistas será lograr que el proceso comunicacional que atraviase sea de interés de todos los públicos, que brinde las herramientas al alcance de todos, con un mensaje claro, concientizador y no un

¹⁴ Este concepto fue descripto en el marco teórico (pag.) para referir al sujeto percibido como un "repositorio de conocimiento", o un "contenedor cognitivo" en el que los cuestionarios hurgan y las iniciativas prácticas intentan llenar.

informe de catástrofes. En la actualidad, las nuevas generaciones denominadas “Generación Z”¹⁵, están transformando la forma en que se perciben las realidades, ya que, según Rubio Gil (2011) *“está consiguiendo modificar de forma radical los modelos de uso del tiempo y las relaciones sociales. Es decir, el consumo que las y los jóvenes hacen de las redes digitales, y concretamente de Internet, está transformando, no sólo el ocio y las formas de interacción de éste segmento de la población con su entorno, sino además, por extensión, de la sociedad en su conjunto”*. En este sentido, pensar en educación ambiental para la sociedad en su conjunto, implica considerar un *“empoderamiento de estos grupos de edad, como generadores de las conductas innovadoras que determinarán la implementación o no de las nuevas TIC, así como las nuevas pautas de relación, agrupación y comportamiento social”*. Así, será de suma importancia planificar en las estrategias comunicacionales, el uso que las nuevas generaciones le dan a la información y a través de qué medios, ya que en palabras de la autora, *“adolescentes y jóvenes a través de Internet, sus aplicaciones y ‘sitios’ de encuentro afines, consiguen una apropiación simbólica de una realidad con la que identificarse y sentirse parte del grupo generacional, y del mundo”*.

Será muy importante adaptarse a lo que nos enseñen las nuevas generaciones, tanto en el uso de las tecnologías como también en su involucramiento con las causas, ya que son ellas quienes continuarán nuestro trabajo y será fundamental aprehender de lo nuevo.

Por último, pretendemos que esta guía sea adaptable a cada proceso que las organizaciones lleven adelante, que cada una lo tome, lo desande y revea lo que las estrategias les pueden brindar a su trabajo en la problemática ambiental. No creemos que aquí queden cerradas las herramientas que la comunicación le puede brindar a una agrupación ambientalista, sin embargo, es un primer avance hacia la comunicación efectiva para construir conciencia ambiental.

¹⁵ Se denomina así a los nacidos entre 1994 y 2004, ya que han crecido atravesados por los nuevos medios de comunicación.

Capítulo 4:

Conclusiones finales

A lo largo de la presente investigación, se han desarrollado las consideraciones tenidas en cuenta a la hora de analizar la calidad de las comunicaciones de las tres Agrupaciones estudiadas. Se observó que cada una de ellas posee un concepto distinto de comunicación y hace uso de ella en medida de sus posibilidades, por ejemplo, Eco Urbano proyecta en un futuro convertirse en una “*agencia de noticias ambientales*”, mientras que M'Biguá, a pesar de tener personal capacitado en la materia, aún sostiene la comunicación como incorporación de noticias al sitio web o a través de correos electrónicos. Por otra parte el MERLF, no tiene en cuenta prácticas comunicacionales hacia afuera del Movimiento.

Durante todo el proceso de investigación, se trabajó teniendo en cuenta los objetivos planteados, concentrándonos en observar y analizar detenidamente las herramientas puestas en juego en la estructura y desarrollo de la comunicación institucional llevada a cabo por las Organizaciones Ambientalistas antes mencionadas. Con esos elementos estudiados y a partir de las observaciones, se proyectó una guía de características básicas y generales que sea de fácil adaptación y aplicación, con la aplicación práctica al caso de MERLF.

Finalmente, coincidiendo con los antecedentes estudiados, se llegó a la conclusión que las Organizaciones ambientalistas estudiadas, abarcan en sus actividades las dimensiones educativas y comunicacional a efectos de lograr una mayor consciencia sobre la problemática socio ambiental (Cavallo 2014).

Por otro lado, se determinó que en los tres casos, en la mayoría de las intervenciones, se observa la persistencia de un patrón que responde a las características del modelo del *déficit cognitivo* (Cortassa, 2012), predominando una orientación a la difusión de información y actividades, más que a generar espacios de construcción de saberes. Sin embargo, encontramos como un factor positivo, el reconocimiento de estas falencias a la hora de proyectar la organización y comunicación de las actividades y saberes.

Además se concluyó que cada una de las Agrupaciones estudiadas, posee mucha creatividad, pero que no logra ser reflejada en los públicos por la falta de

estrategias de comunicación efectiva para la difusión, a pesar de que las tres poseen profesionales de la comunicación entre sus miembros (de forma rentada, ad honorem, o por pasantías). Esto nos impulsa a pensar aún más en la necesidad de contribuir con un material que incite a la apropiación de nuevas tecnologías y de nuevos formatos para la producción de contenidos socio ambientales.

Por otra parte, se pudo determinar que, las organizaciones valoran los beneficios que brindan las nuevas tecnologías y las redes sociales, aunque no tienen definido con claridad cómo encarar un plan de comunicación, cómo definir sus públicos objetivos y cómo adaptar sus comunicaciones a cada uno de ellos para conseguir una comunicación más eficaz. En otro aspecto, observamos que en los tres casos existe un sitio web, -en el caso de MERLF es un blog- lo cual es una fuente de consulta para los públicos, sin embargo, la actualización no es igual en todos los casos, lo que influye en la disminución del interés generado en ellos.

Finalmente, notamos que en cada una de las organizaciones estudiadas, el uso de los nuevos medios de comunicación es proporcional a la percepción que sus miembros tienen de ellos. Así, las debilidades de cada Agrupación estudiada, se pueden relacionar perfectamente con el perfil de sus miembros.

Por otra parte, los puntos más sobresalientes de la investigación tienen que ver con las herramientas que se utilizan en cada uno de los casos. Notamos en el desarrollo de esta tesina, la incorporación, en mayor o menor medida, de las nuevas tecnologías para la difusión, que en un principio eran dispersas y no muy bien definidas, tal como explicamos en las descripciones. En el caso de Eco Urbano - como ellos mismos comentaban- *“es indispensable la inserción a las Redes Sociales y nuevos espacios de diálogo, ya que es fundamental poder llegar a todos los públicos posibles”*. Sin embargo en MERLF, no acusan la importancia y beneficios de, por ejemplo, el uso de una *fanpage* de facebook, una herramienta muy habitual en las comunicaciones de toda organización. Por otro lado, M'Biguá, se encuentra en un término medio, ya que se apropian de las redes sociales y nuevas comunidades aunque sin un plan específico.

Teniendo en cuenta todos estos elementos, el producto que aquí se presenta, responde a una forma de interpretar la comunicación ambiental desde una mirada institucional, partiendo de un diagnóstico sobre un caso particular y planteando objetivos a corto plazo para el desarrollo de una estrategia.

BIBLIOGRAFIA

- Arroyo, I. & Martin, R. (2011) *“La utilización de Internet en la comunicación expresiva de las ONG: Estudio exploratorio comparativo entre Argentina y España”* Madrid España, Universidad Rey Juan Carlos. Zer-Revista de Estudios en Comunicación.
- Arroyo, I; Baladron, A & Martin, R. (2013). *“La comunicación en redes sociales: percepciones y usos de las ONG españolas”* Madrid España, Universidad Rey Juan Carlos. Revista Cuadernos.
- Balan, E. y otros (2002) *“Barrio Galaxia. Manual de Comunicación Comunitaria”* Buenos Aires, Editorial Centro Nueva Tierra.
- Cortassa, C., (2012) *“Del déficit al diálogo, ¿y después? Una reconstrucción crítica de los estudios de comprensión pública de la ciencia”* Revista Iberoamericana de Ciencia y Tecnología y Sociedad. Volumen 5 (Nº15). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- Fernández Collado, C.(1997), *“La Comunicación en las Organizaciones”*, México, Editorial Trillas.
- Kaplún, M.,(1985) *“El comunicador popular”* Quito, Ecuador, Editorial Belén.
- Klachko, P. (2007) *“Formas de organización popular del ciclo de la rebelión de los ‘90 en Argentina. VII Jornadas de Sociología”*. Facultad de Ciencias Sociales, UBA . Buenos Aires Argentina.
- Matzer Rodríguez, C. A., (2012) *“Situación de la Comunicación Interna de la ONG denominada “Programas y Proyectos de Desarrollo Integral, PRODI”*. Guatemala, Universidad de san Carlos de Guatemala.
- Rubio Gil, A., (2011) *“Jóvenes en Red, Generación Digital y Cambio Social”*, Madrid España. Ponencia presentada en la Diputación de Barcelona.
- Sautu, R. (2005) *“Todo es Teoría. Objetivos y métodos de investigación”* Buenos Aires, Argentina. Ediciones Lumiere

- Scribano, A., (2008) *"El proceso de investigación social cualitativo"*. Buenos Aires, Argentina, Prometeo, [En línea].

-Sierra Bravo, R., (2001) *"Técnicas de investigación social: teoría y ejercicios"* Madrid, España, Ediciones Paraninfo.

-Trelles Rodríguez, I. (2001) *"Comunicación Organizacional. Selección de lecturas"*. La Habana, Cuba. Editorial Félix Varela.

-Uranga, W. (2004) *"La comunicación como herramienta de Gestión y Desarrollo Organizacional"* Texto presentado en la Semana de Comunicación en las Organizaciones, Rosario Argentina.

- Wiemann, J.W. y Giles, H. (1990). *"La comunicación interpersonal. En M. Hewstone et al. (Ed.) Introducción a la psicología social."* Madrid, Ariel.

Tesinas:

- Cavallo, A. (2015) *"Movimiento Ambientalista en la ciudad de Paraná: Organizaciones, estrategias y prácticas comunicacionales"* (Tesis Final de Grado) Universidad Nacional de Entre Ríos, Paraná. Argentina.

Sitios Web:

- Fundación Eco Urbano. (2016- 2017) *"Institucional"* recuperado de <http://www.ecourbano.org.ar/institucional/institucional.php>.

- Fundación M'Biguá. (2016) *"Sobre M'Biguá"* recuperado de http://mbigua.org.ar/wp/?page_id=6.

- Movimiento por Entre Ríos Libre de Fracking. (2016) *"Declaración Pública"* recuperado de http://entrieroslibrefracking.blogspot.com.ar/2012_08_12_archive.html.

- "Entre Ríos es la primera provincia declarada libre de fracking petrolero". (2017) recuperado de <https://www.laizquierdadiario.com/Entre-Rios-es-la-primera-provincia-declarada-libre-de-fracking-petrolero>.

ANEXO 1

Modelo de Entrevistas:

Entrevista 1:

- ¿Cómo nació la Agrupación/Fundación?
- ¿Cuáles eran los objetivos en ese momento?
- ¿Cómo está conformada la Fundación?
- ¿Cómo se organiza la comunicación institucional?
- ¿Con qué herramientas comunicacionales cuentan?
- ¿Con qué frecuencia se actualizan las informaciones?
- ¿Cómo se financia la organización?
- ¿En qué se diferencian de otras organizaciones?

Entrevista 2:

- ¿Cómo se hace la Difusión de Actividades?
- ¿A través de qué medios de comunicación? ¿Cuáles reciben mayor atención?
- ¿Cómo se crea el contenido a difundir?
- ¿Qué criterios tienen en cuenta a la hora de comunicar sobre la Fundación?
- ¿Cómo seleccionan el medio indicado para cada información?

ANEXO 2: desgrabaciones

Entrevista N° 1: Raúl Suárez Montórfano

Fundación M'Biguá

¿Cómo nació M'Bigua?

Antes de conformarnos como agrupación, nos reunimos un conjunto de personas que trabajaban en los temas ambientales desde hace muchos años, este grupo nace con las luchas por el Paraná Medio, en esa época aparece en nuestra localidad el primer tema ambiental importante, que hace surgir un montón de agrupaciones pequeñas que aún hoy siguen trabajando sobre diferentes temas. Nosotros somos doce socios fundadores que proveníamos del movimiento ambiental de Paraná, y la mayoría formábamos parte del Foro Ecologista del Paraná. Fue hace diez años que entendimos que era momento de empezar una nueva etapa, y conformamos M'Biguá con un perfil diferenciado del Foro Ecologista¹⁶. Fue en 2 de febrero del 2006 que trabajamos como organización y que contamos con personería jurídica.

¿Cuáles eran los objetivos de M'Bigua?

Nosotros creemos que el tema ambiental es muy complejo y amplio, y que una sola organización no podría hacerse cargo de todas las problemáticas, nuestro objetivo era poder abarcar temáticas zonales, Por ej.: el tema de las represas sobre el río Paraná-Uruguay. Nuestra idea de trabajar sobre lo ambiental va mucho más allá del ámbito local, M'Bigua nace para poder abarcar un territorio más amplio. Además con otro perfil, ya que entendíamos que para darle esa proyección, y otro trabajo necesitábamos gente que se dedique, aquí hacemos investigaciones, tenemos proyectos que requieren tener una estructura para buscar apoyos económicos y financiar a los trabajadores. Creemos que nuestros proyectos necesitaban una estructura que vaya más allá que el trabajo voluntario o puramente emotivo.

¿Cómo se organiza la comunicación institucional?

Nuestra comunicación la hacemos principalmente a través de nuestro sitio web, donde hay una persona encargada de levantar todo lo que consideramos importante. No sólo las noticias institucionales, es decir las tareas que se desarrollan la institución, sino también las noticias del mundo ambiental.

El equipo de comunicación está integrado por dos personas, un Lic. En Comunicación Social, que es rentado y trabaja part time en la organización, y además un Técnico en Comunicación Social voluntario quien asiste en las distintas tareas de las que se encarga el equipo. Como por ejemplo, el mantenimiento del sitio web, además del

¹⁶ El Foro Ecologista surgió en 1997 luego de frenar el proyecto de construir la Represa Hidroeléctrica del Paraná Medio, pertenece a la **Red Nacional de Acción Ecologista –RENACE–**, integrada por diversas organizaciones del país. El Foro está integrado por profesionales de diferentes disciplinas como: bioquímicos, arquitectos, docentes, licenciados en Saneamiento Ambiental, licenciados en Trabajo Social, diseñadores gráficos y abogados. En cambio M'Biguá tiene una orientación más técnica especializada en temas ambientales, respecto de los profesionales que la integran, con un perfil hacia la comunicación.

manejo de redes sociales y la comunicación con otras organizaciones. Además también el contacto con los medios.

Cuando la comisión directiva considera que hay alguna información importante para dar a conocer a la sociedad, en ese caso con el apoyo del equipo de comunicación se realizan en distintos medios locales y nacionales comunicados de prensa, o se mandan las noticias a los medios para q las publiquen. Nuestra fundación muy pocas veces en los diez años que tenemos ha hecho conferencias de prensa pero sí cuando tenemos información de relevancia que dar brindamos en los comunicados nuestros contactos, de tal manera que los periodistas que necesitan profundizar en la materia se puedan comunicar.

¿Con qué herramientas comunicacionales cuentan?

Tenemos Redes sociales como facebook y twitter, también nos manejamos mucho vía mail, tenemos diferentes grupos de mail donde compartimos información, un grupo de mail para los miembros de la agrupación, y grupos especializados por temáticas, por ej: represas, o cambio climático, también trabajamos en red con otras organizaciones Argentinas, Latinoamericanas o de Europa.

¿Con qué frecuencia se actualizan las informaciones?

El sitio no se actualiza diariamente pero dos o tres veces semanales. Nuestra fundación trabaja en proyectos financiados que a veces para mostrar los avances necesitamos de esa comunicación, entonces se sube mucho más contenido al sitio web y todas las noticias inherentes a eso.

En los grupos de mail se hacen diariamente los intercambios de información, ya que todos los contactos son miembros de otras organizaciones y de Redes. Además nosotros conformamos la Secretaria Ejecutiva de la “Alianza sistemas de Humedales de los Ríos Paraná-Paraguay”, ahí hay noticias que permanente se está brindando hacia las 19 organizaciones que integramos la Alianza.

¿Cómo está conformada la Fundación?

La mayoría de los miembros somos profesionales, tenemos dos abogados, un ingeniero mecánico, una licenciada en biología, un licenciado en comunicación social, un médico y un geólogo. Si bien son todas disciplinas diferentes, todos nos hemos preparado en temáticas ambientales. En síntesis, somos siete personas rentadas y cinco voluntarios, también en este momento hay tres pasantes de Comunicación Social, que trabajan en nuestra fundación sobre su proyecto.

¿Cómo se financia la organización?

En M'Bigua tenemos personal rentado, que se financia con los recursos que nos proveen algunos proyectos que son costeados, a través de la Cooperación Internacional, estos proyectos se concursan y sostienen algunos recursos para investigaciones o para campañas. Siempre parte de lo que entra en ese sentido queda para el manejo institucional, y los honorarios de los profesionales. También contamos con un sistema de socios que se suscriben a través del sitio web, si bien hay gente que contribuye con nosotros a través de ese sistema no son muchos. Normalmente es gente

que ha trabajado con nosotros y colabora con dinero o con lo que se va necesitando, También hay librerías que nos ayudan con elementos de oficina.

¿En qué se diferencian de otras organizaciones?

Simplemente trabajamos en temáticas distintas de las otras organizaciones. Nosotros celebramos que la gente tomara las problemáticas y las luchas ambientales, y que la sociedad lo tome como propio y pelee por eso. De esa metodología surgieron un montón de asambleas ambientales, q toman un tema y hacen una campaña sobre el tema, se manejan de esa forma, asambleariamente, nuestra forma de organización es distinta.

Entrevista Nº 1: Profesor Luis Laferriere

Movimiento por Entre Ríos Libre de Fracking

- ¿Cómo nació el MERLF?

El movimiento por Entre Ríos Libre de Fracking se inicia a mediados del año 2012, a partir de una convocatoria abierta a organizaciones de la región, ante el anuncio de que se pensaba explorar el territorio provincial en busca de gas no convencional, que de hallarse se extraería con la técnica de la fractura hidráulica. A principios del mes de agosto de ese año se resolvió conformarlo y enviar invitaciones para sumarse, a partir de una Declaración Fundacional consensuada por los promotores.

- ¿Cuáles eran los objetivos en ese momento?

El objetivo principal era y sigue siendo mantener a la provincia libre de fracking, para lo cual consideramos necesario realizar una intensa actividad de difusión para informar y sensibilizar a la sociedad de los peligros que traería esa técnica. A esos efectos desarrollamos múltiples acciones, como notas en medios, volanteadas, marchas, charlas, ciclo de cine-debate, reuniones, etc.

- ¿Por quienes está conformado?

En un principio fue integrado por vecinas y vecinos de la ciudad interesados por la temática, luego se fueron incorporando diferentes agrupaciones y organizaciones de la sociedad civil como: el Programa de Extensión “Por una nueva economía, humana y sustentable” (Facultad Cs. de la Educación. UNER); CEMUPRO Entre Ríos; AGMER Paraná; CTA Paraná; Junta Americana de los Pueblos Libres / JAPL.; Proyecto Tierra; FUNDAVIDA; La Tribu del Salto; Frente Amplio Progresista (FAP); Socialistas en el FAP; Bloque de Diputados FAP de Entre Ríos; Partido GEN de Entre Ríos; Partido Socialista Auténtico; Partido del Trabajo y el Pueblo; PCR; Corriente Clasista y Combativa CCC; Proyecto Sur; Coalición Cívica-ARI de Entre Ríos; Jóvenes Socialistas en el FAP; Juventud del Proyecto Sur; Agrupación de Estudiantes Sur UADER; CEPA; Corriente Estudiantil Popular Antiimperialista; AJER-Filial Paraná; Foro Ambiental de Gualaguaychú; Asamblea de Autoconvocados por el Problema de la Basura en Paraná; AGMER María Grande; Foro Artiguista Entrerriano; Federación Agraria Argentina Filial Entre Ríos; Unión Cívica Radical de Entre Ríos; Juventud Radical de Paraná; Nueva Corriente Docente – Provincia de Santa Fe; MST; Movimiento

Socialista de los Trabajadores, Congregación “Hermanas Franciscanas de Gante”, entre otros.

- ¿Cómo se organiza la Comunicación Institucional?

No existe una modalidad regular de funcionamiento, sino más bien se realizan reuniones cuando existen circunstancias que lo ameritan, y a partir de inquietudes de cualquier de sus miembros. En las reuniones se toman decisiones consensuadas y luego se llevan adelante con la participación voluntaria de sus miembros. No existen áreas de trabajo, sino que se definen grupos y responsables para realizar actividades específicas.

- ¿Cómo difunden sus actividades o información que producen?

La difusión de las actividades se hace por diversas vías, pero en especial entre los integrantes y las organizaciones que participan, usando las redes sociales, y los medios de comunicación -acotados más que nada a algunos medios alternativos que nos brindan una colaboración generosa cuando lo necesitamos-.

- ¿Qué tipo de productos comunicacionales producen?

Elaboramos un volante que tuvo amplia difusión y se usó en múltiples volanteadas. Hicimos un Facebook y un blog del Movimiento.

Fundación Eco Urbano

¿Cómo nació la Fundación?

En el año 1993, antes de quedar constituida formalmente en el año 1994, un grupo de personas de Paraná había visto una experiencia de separación de residuos en Brasil que ya tenía un cierto grado de desarrollo. Se preocuparon porque Paraná no tenía programas de ese tipo, teniendo el problema del volcadero a cielo abierto desde hace más de 80 años.

Lo que trajo aparejado, fue la posibilidad de realizar un plan de separación de residuos mixto, porque se hacía en los domicilios pero en puntos específicos de la ciudad, donde estaban los contenedores. A raíz de ese programa modelo y conectando la filosofía de separación de residuos en general con otras cuestiones socio-ambientales, se empezó a formar una organización que se dedicaba más que nada a lo que es la comunicación y la promoción de la participación comunitaria. Después en base a otros temas que tenían que ver con la cultura del río, barrial, local, pero sin dejar de tener en cuenta lo que era el contexto latinoamericano y mundial (como por ejemplo en 1992 estuvo la cumbre de río donde se trató el cambio climático), dio inicio. Estuvo incluso en radio en tv, estuvo haciendo producciones independientes y a medida que se formalizó el trabajo se conformó.

Hoy somos una fundación, desde el 2002 con personería jurídica. Se sigue trabajando con la misma filosofía pero con una modalidad bastante diferente. Incluso a principios de la organización, la formaban voluntarios, ahora somos un equipo rentado donde se agregan los pasantes voluntarios de diferentes carreras. Como te comente anteriormente, hoy tiene personería jurídica, una administración con equipo rentado que se divide en las tres áreas de trabajo. Ellas son: Educación Ambiental, Comunicación y Promoción de la Participación Comunitaria que a su vez tiene una parte que es Promoción de la Comunicación y otra parte que es Promoción del Liderazgo de los jóvenes que trabaja con la organización Eco Clubes de Paraná.

A nivel filosófico, nosotros trabajamos la problemática socio-ambiental. Trabajamos cultura, educación, porque si bien hay cuestiones técnicas complejas que deben resolverse con otros recursos, lo más importante es la parte que le toca al sujeto como pensador o interventor de su tiempo. Atacamos el problema socio-ambiental diciendo que no es más que el reflejo de los valores que hay en la sociedad, todo se traslada a la problemática socio-ambiental. Esta todo conectado con todo, nada está aislado, es interdependiente, sin planeta no se puede atender otro tipo problemática.

¿Cuáles eran los objetivos en ese momento?

En realidad, la idea primaria cambio en estructura, modalidad y nivel de impacto. Se adaptó a las nuevas tecnologías. La filosofía de ver a la problemática socio-ambiental como un todo, como una cuestión cultural nunca varió, siempre quedo intacta. Incluso nosotros desde el 2001, que fue el fortalecimiento interno como fundación, se llegó a la conclusión que la misión era construir cultura ambiental. Pero eso... ¿qué significaba?;

la palabra construir ya te daba la pauta que buscamos la articulación. Se iba a los barrios a hablar con comisiones vecinales, centros de salud, cartoneros, vecinos, siempre en conjunto como una problemática socio-ambiental compleja. Se necesita que sea intervenida por todos los actores, con la mayor cantidad de recursos posibles combinados, que no siempre se logra pero es el norte hacia donde se apunta. La individualidad o la sectorización lleva a que el impacto de lo que podría llegar a ser la solución sea relativamente bajo.

Cultura ambiental tiene que ver con los valores y hábitos culturales. No solo separo los residuos porque está bien y queda lindo, sino separo mis residuos porque entiendo que desperdicio recursos económicos y entiendo que beneficio a los cartoneros y recuperados. Comprender que el costo ambiental que se paga por los residuos en la vía pública es alto para todos. La noción de colectividad, la fundación está inserta en una ciudad que tiene un bagaje cultural y que también hay que entender esas micro-realidades. Obviamente, esa idea con un grupo de voluntarios, ahora viró a un grupo de trabajadores con una cierta profesionalización. Esto habla del crecimiento en estructura e impacto. Incluso, porque hace 20 años, Eco Urbano era una de las pocas organizaciones junto con el Foro Ecologista o alguna más. Hoy hay muchas, encontras movimientos ambientalistas, que no son organizaciones, por todos lados. Por un lado es positivo pero también hay que mirarlo desde la colectividad, hasta qué punto si se fracciona demasiado la problemática no pierde la noción de integralidad con las otras. Esto sucede cuando se realiza un corte muy chiquito de la realidad, incluso a nosotros nos pasa con nuestros propios programas.

¿Cómo está conformada la Fundación?

La fundación tiene un consejo de administración, son cinco cargos que son ad honorem. Un equipo de trabajo de ocho personas rentadas en su mayoría, que ejecutan los proyectos de las tres áreas de trabajo: Educación Ambiental, Comunicación, Promoción de la Participación Comunitaria. Cada una tiene proyectos, más estables menos estables, con financiamiento parte del Estado, parte de Privados, y parte de otras organizaciones no gubernamentales o de la sociedad civil. Financiamiento público nunca hubo, apenas una experiencia chiquita de ser socios de nuestra biblioteca, es la idea mirar hacia esa fuente pero más que nada como otra forma para involucrar al vecino.

En Comunicación, son cuatro personas. En Educación, una coordinadora, pero dependiendo el proyecto se contratan talleristas, porque intervenimos en educación formal desde jardín hasta la universidad. En Promoción de la Participación Comunitaria, en realidad, es toda la organización porque siempre se busca el mensaje propositivo: “hace, vení, preocúpate” no es nunca “reactivo o denunciativo”.

Tenemos convenio con diferentes universidades, donde ingresan pasantes que hacen un trabajo específico. En las secundarias también, llamadas practicas curricular. Voluntarios, son los menos, porque nosotros ya tenemos un esquema de trabajo estable entonces es difícil incorporar voluntariado. Más que nada se incorporan en Eco Clubes, que son los jóvenes, ya que les interesa esa franja de edad, porque es la más permeable y la que hoy por hoy esta con sed de protagonismo en temáticas socio-ambientales.

¿Cómo se organiza la comunicación institucional? ¿Con qué herramientas comunicacionales cuentan?

Nosotros tenemos, volvimos hace dos meses, lo que es un micro audiovisual de Canal 9 Litoral, dos o tres minutos un informe de un determinado tema. Estructura de redes sociales, Facebook, Twitter, un canal de Youtube con videos de descarga gratuita, y a medida que vayan ganando espacio otras redes que todavía ni la conocemos seguramente nos insertaremos. También a través de un boletín ambiental electrónico semanal, con una lista de 6000 contactos, con cinco o seis temáticas locales, regionales, nacionales e internacionales. Después comunicación específica cuando se interviene en determinado espacio, como folletería en una escuela. Y por último, ahora esta desactivada pero la vamos a reactivar, lo que es nuestra biblioteca ambiental, lo que en cierta forma a mi entender también es comunicación, porque los ejemplares tienen un claro mensaje político-ambiental.

Ahora, el impacto está concentrado principalmente, en los micros de Canal 9 Litoral, y en las redes sociales. Estas últimas, no es una decisión nuestra, sino que se han expandido socialmente y había que ganar lugar obligadamente.

Me olvidaba... tuvimos y tenemos micros de radio. Actualmente tenemos un micro de 10 minutos en la radio de la universidad. Tenemos un convenio, donde el micro está inserto en el programa de la mañana. El programa se llama "Tres Bandas"; sale en Concordia, Concepción y en Paraná. Este año la universidad nos ofreció tener un programa semanal de la fundación, que estamos viendo cómo articular porque requiere más recursos.

¿Cómo se financia la organización?

Nuestros productos comunicacionales son gratuitos. Lo que sucede es que dentro de la estructura de financiamiento, quienes son nuestros socios, costean lo que es la comunicación de la fundación. En general, la filosofía es el acceso gratuito, porque tiene que ver con la difusión de los contenidos ambientales, que se complicaría aún más, si fuese rentada.

El acceso a la biblioteca, también fue gratuito y se pretende que así sea. También había socios que costeaban la estructura de la biblioteca. Esos socios, que son el Estado, empresas u otras organizaciones, costean en general no solo al área sino a la fundación en sí.

El área de Comunicación tiene a veces sus propias producciones de algún tema específico. Estas se presentan, con esquema de proyecto, a determinados financiadores, sino en general tiene su mantenimiento mensual de los socios estables.

¿Cuál es la relación con el Estado?

Es positiva porque es el Estado el principal actor con la principal responsabilidad en la temática socio-ambiental. Que no esté presente, para nosotros, es una debilidad muy grande. Incluso hasta cuando se realiza una denuncia al Estado, siempre tiene que ser mirado porque es el actor que lleva la batuta. Tiene que estar presente, siempre hicimos articulación con el estado, con mayor o menor resultado.

Nuestra filosofía de trabajo es "Atención Primaria Ambiental" (así lo denomino la Organización Panamericana de la Salud). Se intenta llevar capacidad al Estado, si es

que no la tiene, potenciar las que ya tiene o ser ejecutor de esas capacidades en los lugares a donde no llega.

La relación ha sido buena en todos los gobiernos, siempre nos han llamado. Algún programa, más estable o menos estable, con más impacto o menos impacto, invariablemente hemos realizado. Lo vamos a seguir haciendo, siendo el color partidario que sea, porque el Estado debe estar, articulando en todos los niveles.

Lo que sí hemos notado, con el correr del tiempo, es la complejidad y urgencia que gana la problemática ambiental. El estado por elección o por espanto, está empezando a mirar la agenda ambiental con mucha preocupación. Incorporando más recursos, dando el lugar que siempre tuvo que tener.

El Estado debió estar preocupado por la cuestión ambiental desde que es Estado. Como que hoy ha surgido la urgencia, y la posibilidad de intervención demandada por sus propios integrantes (en la misma organización estatal), como desde fuera en la sociedad en general.

Ahora puntualmente, tenemos un convenio firmado con el Estado Municipal donde se ejecuta un programa llamado “Red de Escuelas Verdes”. Básicamente es educación ambiental en el contexto de cambio climático para chicos de escuela primaria. Paralelo al programa, brindamos colaboración en la problemática de la gestión de residuos urbanos. Con el estado provincial, la radio de la universidad. También, hemos trabajado en distintos municipios del interior.

Va a seguir siendo la filosofía de trabajo, quizás nos lleve más tiempo, pero apuntamos a mejorar la gestión estatal. En realidad creer que la bandera de la solución la tiene la ONG o determinado grupo de la sociedad está totalmente errado. La solución, la tienen todos, cada uno debe actuar según su responsabilidad, y el Estado es el más responsable.

¿Podrías idealizar la comunicación de la fundación?

Creo que ningún espacio es menor, si bien alguno tiene mayor impacto como la televisión, cada uno tiene su pro y sus contras. Por eso lo ideal es estar en todos los medios.

Lo que se intenta hace tiempo es convertir a la fundación en una “agencia de noticias ambientales” de fuerte impronta local, sin dejar de lado el contexto global, pero priorizando lo local. Porque la posibilidad de accionar sobre una temática está en lo local. Suena agresivo pero es una simple reflexión. Me parece buenísimo preocuparse por la desaparición de la ballena franca austral. Hay que preocuparse, es un tema importante. El día que, ojala no pase, falte la ballena, va a ver un desequilibrio ecológico gigante. Pero... si enfocas en este punto, perdes de vista que la acción y la posibilidad de incidir esta en lo local.

Hay que llegar con una fuerte producción local, con problemáticas locales. Incluso estas, no distan mucho de las otras problemáticas, tendrán más especificidad o no. Los residuos son problemas en cualquier lado, el consumo responsable de agua es un problema en todos lados, el cambio climático es un problema global, con diferentes aristas están presente desde Buenos Aires al pueblo de dos habitantes.

La fundación debe dar espacio a terceros, actores varios, la posibilidad de contar las cosas que se están haciendo bien. En los grandes medios, en general, la temática ambiental está tratada muy apocalípticamente: “nos vamos a morir, falta el agua, la inundación, babilonia”. Hay muchas iniciativas de organizaciones, empresas, del mismo Estado, totalmente innovadora de fuerte impacto que no están en ningún medio. El ideal nuestro sería darles el espacio que se merecen. Sino parece que todo está mal y eso ayuda a la falta de participación: si uno no está motivado no participa desde ningún punto, ni como ciudadano, ni como empresario, ni como funcionario porque se ve todo negro. Lo ideal es que ese mensaje se pueda llevar con calidad, que también es una responsabilidad, poner lo que está bien sabiendo que hay mucho por hacer.

¿En qué se diferencian de otras organizaciones?

Siempre nuestra función es ser nexo. Hacer visible lo que no se ve, y darle argumentos al porque no se ve. Nuestra función es ser un nexo propositivo, que lo que se está gestando, que se vea y que vea la acción. Que se vea la búsqueda de la solución, más allá de que funciona funcionara o no. Incluso nacimos tratando, dándole voz a los que no tenían, nadie iba al barrio a entrevistar una persona para hablar del arroyo y la casa inundada. Si lo hacían, lo hacían en carácter de denuncia social y no como una problemática ambiental. Mas idealmente ese nexo que hacemos sirva para conectar actores que están en lo mismo y no lo saben, de esta manera complementarse. Y naturalmente, aquellos que ni siquiera entienden la complejidad de la problemática y creen que no tienen que participar, que es cultural y un desafío más complejo.

Fundación M'Biguá:

- ¿Cómo se hace la Difusión de Actividades?

-M'Biguá Ciudadanía y Justicia Ambiental es una ONG dedicada a la incidencia política en temas socioambientales. La fundación, especialmente, lo que hace es trabajar sobre acciones legales para hacer cumplir leyes o incidir en la implementación de normas que resulten solidarias hacia un objetivo claro que es la construcción de sociedades sustentables. En ese sentido, la difusión generalmente tiene que ver con acciones legales interpuestas a iniciativas de privados (caso Planta de Biomasa en Gualaguay), pero también públicas (caso acueductos Chinos en Entre Ríos), como así también se trabaja en pedidos de información a los poderes del Estado. Así las cosas, la difusión lo que hace es presentar el problema, describir la acción realizada y fijar posición. Resulta clave, porque es una pata fundamental de la acción legal y tal vez, incluso, hasta pueda alcanzar más efecto en el objetivo deseado de instalar el tema como un problema. Esto vale para la represa Río de Llanura que se quiere instalar en el norte de Santa Fe, como para la defensa del Delta o el drama de los agrotóxicos.

- ¿A través de qué medios de comunicación? ¿Cuáles reciben mayor atención?

-M'Biguá tiene algún desarrollo en Facebook que se va a tratar de amplificar y estamos sumando twitter y YouTube como herramientas de difusión en redes. En cuanto a medios tradicionales, hay algunos que tienen naturalmente una mayor sensibilidad con los temas ambientales y otros menos. Es muy claro, ya a un nivel que trasciende M'Biguá, lo que sucede con los agrotóxicos: la difusión de los dramas que genera el glifosato es amplísima en redes y medios pequeños, pero rara vez alcanza los medios masivos, a pesar del impacto que puede generar la información en cuestiones tan sensibles de salud. Pero ahí mismo se alojan las empresas que explotan el aparato productivo del campo, los agrotóxicos y todo lo que envuelve los agronegocios.

- ¿Cómo se crea el contenido a difundir?

-Lo que yo recibo es la acción realizada. En función de eso, debatimos de qué modo darlo a conocer. Si es conveniente en medios tradicionales, en algunos o en todos los que podamos. Si le vamos a dar, en realidad, más relevancia en redes y lo compartimos entre las redes ambientales. La realización, en concreto, es generalmente un texto que trato de escribir a modo de una noticia atractiva que yo usaría en un medio donde trabajo porque me resulta interesante.

- ¿Qué criterios tienen en cuenta a la hora de comunicar sobre la Fundación?

- Que sea algo concreto y comunicable. Que vaya en dirección a los objetivos que tiene la fundación. Que se usen datos rigurosos y que una vez entregado el material, podamos defenderlo y ampliarlo en caso de requisitoria.

- ¿Cómo seleccionan el medio indicado para cada información?

M´Biguá tiene una agenda muy amplia de temas. Las cuestiones que suceden y tienen que ver con la provincia (oposición a la Ley de la Madera por ejemplo o planta de Biomasa en Gualeguay), se trabajan a través de medios provinciales. Pero temas como el reclamo por la Ley de humedales o la defensa de los humedales y del delta, ya se busca articular con otras organizaciones y llegar a un escenario más amplio para plantear posiciones colectivas e incidir de un modo más eficaz en el debate.

Movimiento Entre Ríos Libre de Fracking:

¿Cómo se hace la Difusión de Actividades?

La difusión de las actividades que hemos desarrollado se realizaron a través de las organizaciones y personas que integran el movimiento, y en especial vía los medios alternativos que nos dieron amplia cobertura, la mayoría vía internet.

¿A través de qué medios de comunicación? ¿Cuáles reciben mayor atención?

Los medios son principalmente de la región, de distribución básicamente en la provincia, siendo algunos de ellos acompañantes permanentes de nuestras acciones.

¿Cómo se crea el contenido a difundir?

Los contenidos que difundimos surgen de propuestas de notas y declaraciones que se definen por consenso de los integrantes, y luego se dan a conocer públicamente.

¿Qué criterios tienen en cuenta a la hora de comunicar sobre el Movimiento?

En la práctica, la difusión de las actividades procuraron siempre darle una amplia información a las múltiples y negativas consecuencias del fracking, buscando sensibilizar a la sociedad para que apoye nuestros reclamos.

¿Cómo seleccionan el medio indicado para cada información?

En realidad no tuvimos una política clara y explícita de comunicación, sino que al momento de necesitar informar o difundir buscamos todos los medios amigos que colaboraban con las diversas actividades. Es decir, no llegamos a ese nivel de detalle, de seleccionar.

Fundación Eco Urbano:

- ¿Cómo se hace la difusión de actividades? ¿A través de qué medios de comunicación?

Las actividades se difunden a través de nuestros canales de comunicación. Tenemos una página de internet [www. ecourbano.org.ar](http://www.ecourbano.org.ar), donde se postean actividades propias o que se realizan en la región (Entre Ríos) en lo relativo a cuestiones socio-ambientales. También tenemos una cuenta de Facebook, con más de 10.000 seguidores, con bastante movimiento. En esta misma red social, solamente cuando consideramos necesitar mayor repercusión o mayor visibilidad, hacemos anuncios pagos. “La llegada” se multiplica exponencialmente cuando invertimos unos pesos en estos anuncios. Por último, contamos con un micro en Canal 9, los viernes a las 16hs. Allí, mostramos lo que son noticias locales y regionales, anunciando todo el cronograma de actividades realizadas y a realizar. La televisión, sin dudas, es el medio que más llegada tiene.

- ¿Cuáles reciben mayor atención?

La televisión tiene un trato prioritario, es el medio que más atendemos, ya que entendemos que es el medio con “mayor llegada”. Tenemos la suerte de estar en un canal (Canal 9 Litoral) que es visto por toda la provincia, un punto totalmente beneficioso. En segunda escalón, reconociendo el “boom” de las redes sociales, Facebook tiene nuestra constante atención. Vuelvo a reiterar, la importancia de las publicaciones pagas. Por ejemplo: si una publicación básica de la fundación tiene de alcance a unas 900 o 1000 personas, con un pequeño aporte económico se incrementa a 4000 o 5000 personas.

-¿Cómo se crea el contenido a difundir?

Existe un área de Comunicación, Maximiliano Varisco es uno de los responsables. Nos reunimos semanalmente, donde debatimos qué contenido difundimos y como lo difundimos. De la misma manera, también estructuramos la salida en el micro de Canal 9. Decidimos qué es lo más importante, lo menos importante, lo más rutilante, lo menos rutilante, etc. Siempre se define a nivel grupal, y luego el área de Comunicación es quien hace la difusión.

-¿Qué criterios tienen en cuenta a la hora de comunicar sobre la Fundación?

En cuanto a los criterios, principalmente vemos el acontecer diario, tratamos de seguir lo que es la agenda o calendario ambiental. Trabajamos mucho en escuelas de la ciudad, con el programa “Red de Escuelas Verdes”, interviniendo con actividades vinculadas al calendario ambiental directamente dirigidas a los niños. Ejemplo: En el día del “Árbol Entrerriano”, 28 de julio, se hace una plantación. En el día del “Ambiente”, se hace un gran evento con un grupo de escuelas donde se realizan talleres de sensibilización. Digamos que el criterio de comunicación es el acontecer diario, el calendario ambiental. El rol de la comunicación ambiental es un rol poco difundido, pero igual o más importante que otras áreas dentro de la estructura. La mayoría tenemos una vinculación a la Comunicación, técnicos y licenciados, por lo tanto siempre tratamos de difundir, mostrar que hacemos y como lo hacemos.

-¿Cómo seleccionan el medio indicado para cada información?

No especificamos, en general vamos por el grueso de los medios. Tratamos de difundir todas nuestras actividades por todos nuestros medios. Por ejemplo: si hay un taller de la “Red de Escuelas Verdes”, tratamos de difundirlo previamente en nuestras páginas de internet y Facebook. Ese mismo día, buscamos vincularnos con diarios, radios y canales locales para lograr mayor alcance en la localidad de turno. Estos últimos son contactos o vinculaciones temporarias, eventuales, circunstanciales pero suman al objetivo. Posteriormente todas actividades tienen una nueva puesta en escena en el micro de Canal 9.

Aclaración: la entrevista N° 2 fue realizada en dos oportunidades, al inicio de esta tesis y luego, para actualizar los datos, al finalizar la misma. Optamos por seleccionar la última.