



Universidad Nacional de Córdoba



Escuela de Ciencias de la Información

Córdoba,

22 JUN 2009

VISTO:

El proyecto sobre la creación del Área de Comunicación Popular en el ámbito de la Escuela de Ciencias de la Información de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Córdoba, presentado por la Secretaria de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba, y el ANEXO donde se establecen los principales lineamientos de su constitución y,

CONSIDERANDO:

-La importancia de generar espacios de participación y reflexión desde la Comunicación Popular con estudiantes, egresados y docentes de la Escuela de Ciencias de la Información.

-La necesidad de articular con múltiples actores sociales para aproximar nuestra Escuela de Ciencias de la Información, organizaciones, movimientos y medios comunitarios mediante diversas actividades de acción y reflexión a fin de fortalecer un profundo diálogo de saberes.

-La posibilidad de participar para fortalecer los medios de comunicación comunitarios existentes en nuestra provincia.

-Que la Secretaria de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba, Lic. Judith Gerbaldo, propone al Lic. Andrés Oliva como Coordinador del Área de Comunicación Popular.

-Que el Licenciado Andrés Oliva cuenta con los antecedentes y capacitación necesarios para desempeñarse como Coordinador del Área de Comunicación Popular.



Universidad Nacional de Córdoba



Escuela de Ciencias de la Información

POR ELLO:

**EL DECANO DE LA FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
AD REFERENDUM DEL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO DE LA
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CÓRDOBA**

RESUELVE:

Artículo 1º: Aprobar el proyecto de creación del Área de Comunicación Popular en el ámbito de la Escuela de Ciencias de la Información de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Córdoba, presentado por la Secretaria de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Información, Lic. Judith Gerbaldo.

Artículo 2º: El Área de Comunicación Popular dependerá directamente de la Secretaría de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Información.

Artículo 3º: Confeccionar el contrato pertinente con el Licenciado Andrés Oliva, DNI: 29.715.225, donde se especificarán sus funciones como Coordinador del Área de Comunicación Popular, desde el 1 de Abril de 2009 y hasta el 30 de Marzo de 2010.

Artículo 4º: Reconocer y agradecer al Lic. Andrés Oliva por los servicios prestados como colaborador en el proyecto de creación del Área de Comunicación Popular de la Escuela de Ciencias de la Información desde el 1 de Abril de 2009 y hasta la fecha de la presente.

Artículo 3º: Comuníquese, publíquese, dese copia y archívese.

Dra. MARIA JOSEFA
VICE-DIRECTORA
Escuela de Ciencias de la Información
Universidad Nacional de Córdoba
A CARGO DIRECTIVA

RES. Nº. 747

DR. RAMON YANZI FERREIRA
DECANO
FACULTAD DE DERECHO Y CS. SOCIALES
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

ES COPIA FIEL



Universidad Nacional de Córdoba



Escuela de Ciencias de la Información

ANEXO

747



Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales
Escuela de Ciencias de la Información

LINEAMIENTOS DEL ÁREA

DE

COMUNICACIÓN POPULAR

CIENCIAS SOCIALES
DE
ACION
CIOS

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

2009



FUNDAMENTACIÓN:

"El hecho de percibirme en el mundo y con los otros, me pone en una posición ante el mundo que no es la de quien nada tiene que ver con él. Al fin y al cabo, mi presencia en el mundo no es la de quien se adapta a él, sino la de quien se inserta en él. Es la posición de quien lucha para no ser tan sólo un objeto, sino también un sujeto de la Historia".

PAULO FREIRE

"La comunicación es una calle ancha y abierta, cruza con compromiso y hace esquina con comunidad".

MARIO KAPLÚN

Es más que oportuna la recreación de un espacio específico en el ámbito académico de la universidad pública para la promoción de la comunicación popular. El concepto tiene una amplia trayectoria en Latinoamérica, ha variado según el movimiento social, político, e intelectual que impulsó una práctica comunicativa, teniendo en cuenta los condicionamientos históricos presentes.

Entendemos a la **comunicación popular** como un posicionamiento a favor de los intereses de los "sectores populares" y el vínculo directo con sus organizaciones representativas.¹ Y en ese marco, englobamos a todas las diversas ramas de la comunicación comprometida con nuestra realidad, como la comunicación ciudadana, participativa, democrática, comunitaria, educativa y liberadora.

La comunicación popular como "un tipo particular de práctica, llevada a cabo por los sectores populares, es decir, por el conjunto de las clases sometidas a la dominación capitalista. La producción e intercambio de mensajes entre los individuos que componen los diferentes sectores populares se origina, precisamente, en una situación de dominación que padecen, y en su consecuente voluntad-proyecto de transformar el sistema económico, político y social", incorporándole que "los sectores populares necesitan generar su propia comunicación, que no se agota en sí misma, sino que es uno de los instrumentos a través de los cuales van avanzando en la construcción de su proyecto liberador".²

¹ Kaplún, Gabriel (2007): La comunicación comunitaria en América Latina. Medios de Comunicación 2007. El espacio iberoamericano. Fundación Telefónica, Madrid.

² Mata, María Cristina(1980): Capacitación para la práctica de la Comunicación Popular. Media Development. Londres. Volumen XXVII



Sin dudas, existe una convergencia entre el inicio de la corriente denominada educación popular, cuyo teórico y militante principal fue Paulo Freire, y la comunicación popular de la década del '60. En ambas corrientes de praxis (síntesis de la acción y reflexión) surgieron puntos en tensión y algunas contradicciones irresueltas: algunas de ellas son la relación supuestamente antagónica entre lo formal o estatal- lo informal o popular, lo masivo-lo local, lo macro-lo micro, entre otras.³

Sobre esta vinculación, Rosa María Alfaro refiere: "La educación popular, desde Paulo Freire y sus seguidores aportó definiciones fundamentales a la personalidad de la comunicación popular. En primer lugar se fue percibiendo que las transformaciones sociales tenían que ver directamente con los sujetos oprimidos, principales víctimas de la injusticia y la violencia social. Que a ellos les correspondía la liberación. Que la experiencia de vida y la toma de conciencia aportaban a la fundación de un nuevo saber. Mas aún, que sin su compromiso ideológico no había revolución ni reforma posible. Su participación era entonces estratégicamente fundamental, especialmente en lo que se refería a la educación de su conciencia, como paso previo a otros compromisos."⁴

En la actualidad, autores vinculados a organizaciones sociales como Néstor Borri y Sebastián Prevotel de Centro Nueva Tierra, plantean que los principales desafíos estratégicos para la construcción de una comunicación popular y democrática es superar "las tensiones de lo barrial, entre lo más allá y más acá de lo local", las oposiciones binarias entre lo bueno y lo malo, a la vez es necesario "desandar las fragmentaciones sociales", rediscutir lo estatal y las políticas públicas en función de pensar lo colectivo-popular.

En síntesis, afirman de que "ya no se trata tan sólo de preguntarnos cómo mejoramos el barrio, sino también cómo nos hacemos cargo del país".⁵

³ Borri, Néstor y Prevotel, Sebastián (2007): *Barrio Galaxia. Manual de comunicación comunitaria*. Centro Nueva Tierra.

⁴ Alfaro, Rosa María (2005): *¿Participación para qué? Un enfoque político de la participación en Comunicación popular*. FELAFACS.
<http://www.felafacs.org/files/alfaro.pdf/>

⁵ *Ibid*, Borri Néstor y Prevotel Sebastián.



Universidad Nacional de Córdoba



Escuela de Ciencias de la Información

Intentaremos incursionar en experiencias que superen estos puntos de tensión. Aunque esto será una continua relación dialéctica entre teoría y práctica.

"No hay utopía verdadera fuera de la tensión entre la denuncia de un presente que se hace cada vez más intolerable y el anuncio de un futuro por crear, por construir política, estética y éticamente entre todos, mujeres y hombres"⁶, tomando a la comunicación popular y democrática como un aporte a las luchas de las organizaciones sociales en la construcción de un horizonte posible.

En la comunicación popular y democrática confluyen dos componentes esenciales: por un lado, el educativo, que posibilita procesos de aprendizaje en las personas, y por otro lado, el político, que toma en cuenta su aspecto ideológico y su posibilidad transformadora.⁷

En nuestras prácticas propugnaremos por una ruptura con las lógicas de los medios masivos monopólicos de la palabra que, según Diego Jaimes, incursionan en la invisibilidad de los problemas de la comunidad (el hambre, la desocupación), estigmatizan a personas y grupos sociales (es el caso de organizaciones sociales que las vinculan a desordenes sociales) y la despoltización que ensombrece las causas de los padecimientos (solidaridad individualista).⁸

Esta comunicación que proponemos se vincula con la construcción de ciudadanía entendida como la pertenencia, identidad y derechos en relación a una determinada comunidad política. Es un proceso histórico, vinculado a luchas populares, en principio asociadas a la conquista de autonomía y a la adquisición de derechos.

⁶ Freire, Paulo (2002): *Pedagogía de la esperanza. Un reencuentro con la pedagogía del oprimido*. Siglo XXI editores argentinos.

⁷ Módulo para fortalecimiento a organizaciones del Concurso Contalo Vos. Subsecretaría de Organización y Capacitación popular. Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. 2006

⁸ James, Diego (2004): *Entre el silencio, las voces y el grito*. Nueva Tierra, año 16 n° 56



Universidad Nacional de Córdoba



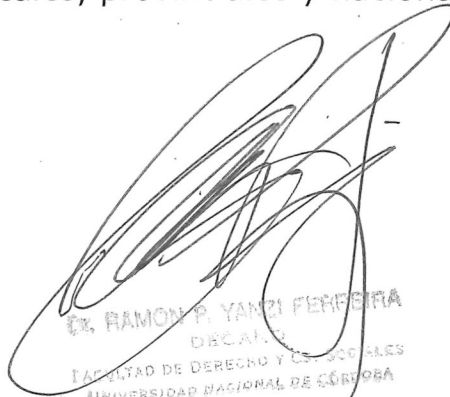
Escuela de Ciencias de la Información

OBJETIVOS

- 1- Generar espacios de participación y reflexión desde la Comunicación Popular con estudiantes, egresados y docentes de la Escuela de Ciencias de la Información.
- 2- Articular con múltiples actores sociales para aproximar nuestra Escuela de Ciencias de la Información, organizaciones, movimientos y medios comunitarios mediante diversas actividades de acción y reflexión.
- 3- Participar y fortalecer los medios comunitarios existentes en nuestra provincia.

Gestionar proyectos y acciones extensionistas, desde la Comunicación Popular, ante diversos espacios (locales, provinciales y nacionales).

CIAS SOCIALES
E
CION
VICIOS


DR. RAMON P. YANZI FERREIRA
DECAN
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA