



Repensar lo público en las intervenciones del territorio. Algunas nociones de los estudios preliminares del Diseño de Comunicación

Rethinking the public in the interventions of the territory. Some notions of Communication Design preliminary studies

Carla Jimena Silva

cjsilva@evirtual.unvime.edu.ar

Comunicadora Social y Licenciada en Ciencias de Comunicación (UNRC) y Magíster en Comunicación Institucional (UNSL). Profesora Adjunta y coordinadora de carrera de la Licenciatura en Diseño de Comunicación en la Universidad Nacional de Villa Mercedes. Conductora y productora de programas de la radio de la UNViMe. Investigadora y extensionista en la Escuela de Gestión de empresas y Economía de la UNViMe.

75

María Azul Barbeito

azulbarbeito@gmail.com

Comunicadora social y Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UNRC). Jefe de Trabajos Prácticos en la Licenciatura Diseño de Comunicación en la Universidad Nacional de Villa Mercedes. Auxiliar en área de Extensión del Departamento de Agronomía y Veterinaria de la UNRC.

Alfredo Panzolato

alfredopanzolato@gmail.com

Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UNRC), Magíster en Comunicación Corporativa (Universidad Santánder), Magister en Didáctica (Universidad Cá Fósari de Venezia), Especialista en Educación Superior

*(Uncuyo) y Doctor en Ciencias de la Comunicación (Universidad de Florida).
Profesor Adjunto en la Licenciatura de Diseño de Comunicación de la
UNViMe.*

Resumen

En el siguiente trabajo se presentan algunas nociones para repensar en lo público en espacios de conversación que se producen entre la Universidad Nacional de Villa Mercedes y organizaciones del territorio, desde una perspectiva del Diseño de Comunicación. El interés por este campo de estudio se debe a la notoria necesidad de esta universidad por vincularse con el entorno activamente desde diferentes espacios de participación e inclusión, a través de proyectos que involucran actores sociales en formación, como lo son los estudiantes de la Lic. en Diseño de Comunicación, docentes de esta carrera y referentes de otros organismos. Este apartado muestra la relación a nivel teórico de algunos conceptos que son necesarios para seguir describiendo y comprendiendo algunas acciones que fueron sistematizadas en el marco de un proyecto de vinculación, entre la UNViMe, Ministerio de Producción de la Provincia de San Luis, INTI, UNSL y UCCuyo en el período 2020-2021.

76

Palabras claves: Participación, vinculación, diseño de comunicación, territorio.

Abstract:

In this work we introduce some notions to rethink the public in spaces of conversation that take place between the National University of Villa Mercedes (UNViMe) and organizations of the territory, from a Communication Design perspective. The interest in this field of study lies in the notorious need of this university to actively link up with the environment from different spaces of participation and inclusion, through projects that involve social

actors in training, such as Communication Design students, the teaching staff of this programme and mentors belonging to other institutions. This article shows the relationship among some concepts that are necessary to continue describing and understanding some actions that were systematized within the framework of a linkage project between the UNViMe, the Ministry of Production of the Province of San Luis, INTI, the UNSL and the UCCuyo in the period 2020-2021.

Key words: Participation, link, communication design, territory.

Introducción

En una universidad pública que está dando sus primeros pasos, como es el caso de la Universidad Nacional de Villa Mercedes (en adelante UNViMe) de la provincia de San Luis, las acciones de sus primeros docentes y estudiantes son fundamentales para sentar las bases de la identidad de esta institución. Los espacios que se crean van delineando una forma de pensar la universidad y los aportes de la comunicación pueden permitir que confluyan las diferentes voces, que se posibilite pensar cuáles son las construcciones de sentidos que dialogan en torno a lo público.

Las primeras preguntas que se asoman son las que nos interpelan como egresados/as de una universidad pública. ¿Qué implica, en términos de sentidos, referirse a la universidad pública? ¿Se podrían comenzar a delinear dimensiones que conformen lo público?, ¿cómo relacionar el sentido de la territorialidad en nuestro contexto de universidad pública? (Silva, 2020)

Este artículo es la muestra del inicio de una investigación con dos grandes disparadores: Por un lado, sigue una línea de una investigación precedente en nuestra universidad donde tenemos como concepto central el estudio de lo público en espacios conversacionales internos de la Universidad Nacional de Villa Mercedes. Esta idea central, la desglosamos en cuatro dimensiones para identificar, analizar y describir esos espacios; estas son: la participación,

la inclusión, la pluralidad de voces y el acceso a la información. Por otro lado, un trabajo de vinculación institucional que se viene desarrollando a partir de marzo del 2020 desde la Licenciatura en Diseño de Comunicación (UNViMe), el Ministerio de Producción de la Provincia de San Luis, el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), la Universidad Nacional de San Luis (UNSL) y la Universidad Católica de Cuyo (UCCuyo) con sede en San Luis. Estas instituciones convergen en un proyecto interinstitucional y transdisciplinario, buscando favorecer el desarrollo y fortalecimiento de las organizaciones productivas en nuestro contexto, aportando herramientas, conocimientos y acompañamiento.

Esta investigación tiene como concepto central el estudio de lo público, este entendido desde una mirada del Diseño de Comunicación. En trabajos que anteceden, el foco estaba en la organización de espacios de encuentro internos, ahora, nos planteamos la necesidad de comprender la organización UNViMe y su incidencia en intervenciones desde el campo del Diseño de Comunicación en el territorio; principalmente, analizando las prácticas desarrolladas pensando la participación como horizonte.

La comunicación institucional, materializada en el ámbito de una organización y sus públicos, nos posibilita poner en diálogo un conjunto de conceptos para aclarar, identificar la incidencia de lo público en las intervenciones comunicacionales. No sólo en el interior de la organización educativa, sino también en el territorio del que forma parte.

Por lo expuesto, las dos grandes contribuciones que realiza un Estado en razonable funcionamiento-en este caso la UNViMe como universidad pública-son: ser el principal articulador y garante del orden social, ofreciendo previsibilidad a las múltiples relaciones sociales y por otro lado ejercer la personificación institucional y simbólica de la continuidad histórica de su Nación o pueblo (O'Donnell en Silva, 2020).

Siguiendo las ideas de este autor es pertinente pensar al Estado como una “experiencia vivencial” que muestra “diversas caras”, de acuerdo con cada contexto. (p.163). Por otro lado (Williams, 2015 en Kenbel, 2016) lo analiza desde la concepción materialista de la cultura bajo el supuesto que los procesos simbólicos son tan constitutivos del mundo material y no son un mero reflejo de ellos. De esta forma, pertenecer a cierta clase social condiciona los procesos de producción, circulación e intercambio de sentidos (Silva, 2020).

El interesarnos por la constitución cultural del orden que regula a una sociedad, y del cual el Estado es una de sus organizaciones más importantes, nos abre la posibilidad de comprender cómo se comunica, se reproduce y se experimenta. Es decir, el orden aparece ‘materializado’ en nuestras prácticas cotidianas, con lo cual éste se reafirma o cuestiona desde las experiencias y, desde allí, es significado. A través de su caracterización nos acercamos a los modos en que los distintos grupos sociales lo conforman y significan por medio de diversos soportes y estrategias. Desde una problematización acerca de cómo se configura culturalmente el orden social a través del lenguaje y los sentidos puestos a circular, interesan los significados construidos sistemática y regularmente acerca de acontecimientos particulares (Hall, 1982)

Repensar las formas en que los actores experimentan el Estado es útil para darle un giro a nuestra manera de pensar lo público. La vida cotidiana se vuelve el escenario de las acciones, las que, a su vez, están encuadradas en una institución que es educativa, pública y que habita en una matriz cultural particular. Otras definiciones que nos amplían el espectro de análisis son las expuestas por Teresita Vargas (2014) en su artículo “El Estado como productor de sentidos. El caso del Ministerio de Industria de Argentina” en el cual aclara que el Estado no incluye sólo al aparato estatal, sino que también involucra un sistema de relaciones sociales que ordena la convivencia entre los ciudadanos y que sirve de garante de los derechos de todos. La autora

afirma que el Estado puede ser entendido, simultáneamente, como una red de relaciones y como el aparato que ejecuta acciones en nombre y por delegación de la sociedad. (citado en Silva, 2020)

La unidad del Estado como poder de decisión es unidad de sentido y de propósito, de acción y de conducción. Frente a la multiplicidad de lo social y frente al riesgo de que la diversidad que enriquece al tejido social ceda paso a conflictos que lo quebranten, la posibilidad de alcanzar una cooperación social en gran escala radica en la capacidad de organizar una estructura de mando y de responsabilidad que ordene esa diversidad y la oriente hacia objetivos comunes. La eficacia de esa estructura radica tanto en su capacidad para proponer al conjunto social determinados objetivos, como en que esos objetivos y las acciones encaminadas a alcanzarlos expresen las aspiraciones de la sociedad y sean aceptadas activamente por ella. (Vargas, 2014 p.4).

En este sentido, nuestra línea de investigación conceptualiza lo público desde cuatro dimensiones: la inclusión, la participación, la pluralidad de voces y el acceso a la información. De ellas, vamos a desarrollar en esta investigación la inclusión y la participación.

Pablo Adrís (2015) realiza un análisis respecto a la trilogía de conceptos: el poder, la comunicación y la participación. Según el autor, las instituciones tienen diferentes centros de poder entre los cuales hay negociación y tensiones de forma implícita o explícita. Esto se manifiesta a través de la comunicación, cuando se oculta la información, la participación en actos o no, la lucha por los espacios y los medios de expresión. No obstante, existe la resistencia que puede ser parcial o total. Negociada y transformadora o revolucionaria, según el cambio que se busque.

En la misma línea argumentativa pero respecto a las estrategias de comunicación, Massoni (2007), afirma que participación es apropiación, empoderamiento y forma de acción ciudadana que se busca convocar en torno al aspecto del problema que se afronta en la estrategia. Para que sea

efectiva es necesario que los integrantes de la institución a través de sus acciones ejerzan el poder en la toma e implementación de las decisiones, en el control y la evaluación permanente del funcionamiento institucional.

Mediante la participación se busca contrarrestar el poder personalista o sectario, para que se transforme en una acción colectiva. Su lógica es el consenso y el trabajo conjunto. En este marco, el poder se delega reconocido desde la base -no es una imposición-, las autoridades son representativas y las relaciones con éstas no son de subordinación, sino de colaboración, sostiene la autora.

Respecto a la dimensión de la inclusión, Mockus (2009) piensa lo público como una derivación del pueblo, por lo tanto, desde el comienzo la palabra se vincula con la inclusión, como contrario a lo secreto. Lo público permite pensar el conjunto amplio de acciones y para un conjunto cada vez más amplio de actores, y esto ha de ser validado por la vía de una comunicación abierta a todos los intereses y afectados. "Esta concepción comunicativa de lo público es fundamental hoy, para crear la gobernabilidad, legitimar el Estado y las actuaciones de las instituciones públicas, es lo que se conoce como la transparencia pública". (Mockus, 2009 p.26).

En una publicación realizada en la revista "Historia de la Educación Latinoamericana" (2007) en el texto denominado "Lo público y la sociedad civil en el contexto de la universidad", se plantea la necesidad de pensar la construcción de lo público, la sociedad civil y la función social de la universidad. En este recorrido se pone especial atención a los aportes de Jürgen Habermas sobre la teoría de la acción comunicativa. A partir de estos aportes se afirma que la universidad es una auténtica comunidad crítica, un espacio privilegiado para la búsqueda cooperativa del bien común y la formación de la opinión pública y la voluntad de los ciudadanos. (Habermas, 2001 citado en Del Basto Sabogal, 2007)

Así como lo enunciamos en el título de este trabajo, nuestro interés es conocer cómo las acciones de intervención inciden en el territorio. Según, Carballada (2007) el territorio, especialmente a partir de la Modernidad, es la ciudad, lo que ella representa, lo que la constituye desde su construcción imaginaria, sus paisajes, construcciones, los usos sociales de éstos y el contenido simbólico de sus instituciones. El autor sostiene que es el territorio es el espacio habitado, donde la historia dialoga con el presente y permite a partir de reminiscencias de ésta también construir una idea de futuro o incertidumbre. Allí el territorio se transforma en un "lugar" delimitado desde lo real, lo imaginario y lo simbólico. Esa delimitación, marca los bordes que encierran al territorio en sí mismo, pero, como tales, esas orillas están en constante movimiento.

Los límites del territorio, tienen un importante componente subjetivo ya que, son, en definitiva, inscripciones de la cultura, la historia y se entrelazan estrechamente con la biografía de cada habitante de la ciudad. Allí, en los límites, es donde comienza a construirse la relación entre territorio e identidad en la esfera de cada sujeto. (Carballada, 2007, p. 4)

En esta investigación vamos a comprender el diseño de comunicación en su aspecto como estrategia, "las estrategias son la forma de traducir en iniciativas la voluntad política y cultural de transformación, que tiende a acompañar y fortalecer un proyecto de desarrollo, un entramado social, político, organizacional o de políticas públicas" (Uranga, 2011, p. 6). Entendemos la propuesta comunicacional que presentaremos como un proyecto de inclusión social, de diversidad comunicacional, de educación y de participación de sus actores sociales.

Desde esta posición entendemos que las estrategias del diseño de la comunicación aportan el cómo, la metodología particular para una incidencia que tiene como foco el horizonte de transformación. "Tales estrategias deberán convertirse luego en planes, programas y proyectos (según corresponda) y sus respectivas acciones y tareas" (Uranga, 2011, p. 5).

Las intervenciones son entendidas como la acción de un determinado protagonista en un escenario ajeno al propio con la intencionalidad de orientar, en cualquier sentido, el desarrollo de los acontecimientos. La intervención supone participación en un ámbito de actuación, que bien puede ser comprendido como un sistema (una organización) o un espacio de relaciones sociales (la sociedad, el barrio, la periferia, etc.), con la finalidad de producir alguna consecuencia. Podemos asociar también intervención a desencadenar, promover, impulsar un movimiento. Usamos intervención para referirnos también a nuestra participación, como comunicadores (en tanto y en cuanto científicos sociales) en espacios de la realidad social. En las ciencias sociales la idea de intervención ha dado lugar a muchos debates, suponiendo que expresa una disociación entre quien interviene (aquel que promueve la acción) y el ámbito de actuación en el que se inserta (objeto de estudio). Desde nuestra perspectiva (Uranga y Bruno, 2001) no existe disociación posible entre el sujeto protagonista de la intervención y el objeto de estudio o ámbito de intervención. Porque los sujetos que intervienen, en este caso nosotros como comunicadores, “participan activamente de la construcción del mundo que, a su vez, los construye” (Uranga y Bruno, 2001, p. 3).

Antecedentes

El interés por este estudio nace de docentes y estudiantes que forman parte de esta universidad que se caracteriza por tener una función social inclusiva. Hay una gran motivación de poder trascender el ámbito académico a las necesidades de una sociedad, para que los ciudadanos sean también actores partícipes de las acciones de la universidad.

Los estudios preliminares a esta propuesta se cimientan en los trabajos realizados por este equipo en el contexto de nuestra universidad desde el año 2015 con el desarrollo del Espacio de Orientación al Estudiante (E.O.A.) que tenía como objetivo mejorar el desarrollo académico de los estudiantes, articular la educación media con la superior, derivar a profesionales

patologías específicas en nuestros estudiantes, desarrollar actividades de orientación vocacional en las escuelas de nuestra ciudad y región, entre otras y posteriormente con la participación en la comunicación institucional de la institución hacia el público externo a través de la Radio de la universidad A los fines investigativos, el primero puede ser entendido como un ejemplo de espacio comunicacional interpersonal, y el segundo, como uno de comunicación masiva.

En cuanto a los antecedentes teóricos-metodológicos hemos logrado como equipo de investigación poder sistematizar y analizar desde distintos paradigmas las experiencias en estos espacios mencionados (E.O. A y radio FM UNViMe) vistos como espacios conversaciones en donde se entiende a la comunicación como parte constitutiva de las organizaciones.

En relación a los hallazgos de la investigación antes descrita, podemos retomar dos líneas de trabajo detectadas: Por un lado, la necesidad de seguir investigando y accionando con estrategias que desarrollen la dimensión de la inclusión/participación en espacios conversacionales internos y externos de la universidad. Acompañar acciones desde el Diseño de Comunicación para lograr una mayor incidencia de políticas públicas en emprendimientos que logren ser parte de este proyecto.

Por otro lado, en otra línea que se llegó en la conclusión, y citamos : “El E.O.A como espacio conversacional en búsqueda de la dimensión de la participación”, si bien en este proyecto no se trabajará en detenimiento con esta problemática, vamos a retomar la preocupación por brindar estrategias de proyectos más participativos hacia la sociedad, es decir, encontrar marcos de referencia teóricos y metodológicos, que permitan un mejor acercamiento de herramientas del diseño de la comunicación a escenarios reales.

Ampliando esta perspectiva de acción, otro antecedente directo a esta propuesta lo constituyen actividades de extensión que se han desarrollado en el marco de espacios curriculares de la carrera de Diseño de comunicación

con microemprendedores y Pymes de nuestro medio. En este sentido, desde la Escuela de Economía y Gestión como estructura institucional dedicada al campo epistémico de las ciencias de la comunicación pretende contribuir a promover reflexiones y debates sobre las necesidades puntuales que tienen los microemprendimientos y pymes de nuestra ciudad y región en un contexto de desarrollo cada vez más complicado.

En esta línea de investigación acción, destacamos la participación actual desde el proyecto institucional en el proyecto de asesoramiento de comunicación estratégica al emprendimiento "El Tambito de Renca", en la localidad de Renca San Luis. Nuestra participación es accionar desde la comunicación organizacional y estrategias del diseño de la comunicación en la intervención junto con el Ministerio de Producción del Gobierno de la provincia de San Luis, el INTI, la Universidad Nacional de San Luis y otras instituciones. Estamos en la primera fase del proyecto, análisis del contexto del emprendimiento, conociendo la matriz cultural de los actores sociales a través de encuentros en el campo y registros realizados en las primeras observaciones participantes.

Desde estas posiciones teóricas asumidas en nuestra investigación y en relación con nuestras acciones concretas centradas en las dimensiones de inclusión y participación vemos que si bien en países desarrollados, el diseño y la comunicación eficaz son herramientas muy potentes para el crecimiento de una organización o empresa, en nuestro contexto la mayoría de las empresas y organizaciones recelan del diseño, considerándolo tan caro como superfluo. Hoy el mercado es complejo y azaroso y la demanda, aunque globalmente creciente, es difícil de localizar y de contentar. Este cambio ha hecho evolucionar también la actitud hacia el diseño y la comunicación: hemos pasado de una época de desconocimiento e incompreensión, a una etapa en la que una gran mayoría de negocios, tal como reflejan los estudios realizados, son conscientes de que el diseño y la comunicación son herramientas importantes para lograr el éxito en el mercado, ya que permite

concebir un producto más adecuado a las necesidades del usuario y hacérselo llegar en mejores condiciones (Frascara. 2017).

En su utilización más tradicional, el diseño se ocupa de configurar cada uno de los que llamamos vectores de visibilidad de la empresa, esto es, aquellos soportes a través de los cuales se da a conocer en el mercado y que son, en síntesis: el producto, la comunicación y el espacio donde lleva a cabo sus actividades. En este entorno, el diseño de comunicación es responsable de que todas las manifestaciones de la empresa sean coherentes con su proposición estratégica, para que se refuercen entre sí, como consecuencia: se optimizan los recursos invertidos y mejora su competitividad.

Desde una concepción más avanzada, sin embargo, el diseño de comunicación no tiene categorías ni etiquetas, sino que es global: del mismo modo en que el producto trasciende lo físico para abarcar una oferta conjunta de bienes y servicios, el diseño trasciende el objeto y conquista territorios intangibles que antes le estaban vedados, como son la interacción, los servicios o la experiencia, todo aquello que envuelve, cualifica, diferencia y posiciona un producto o servicio avanzado.

La evolución de la comunicación estratégica hasta en los territorios más inmateriales ha sido posible gracias a una metodología propia que se basa en: la capacidad para manejarse en escenarios de crisis y complejos, la habilidad para leer indicios y anticipar tendencias, la facilidad para visualizar conceptos y para comunicarlos de manera eficiente, y todo ello centrado en el usuario y adaptándose a la frontera de posibilidades de cada organización (Costa. 2018).

Asimismo, cabe destacar que algunas producciones científicas que se enmarcan en este accionar podrán consultarse en los trabajos de la Universidad Nacional de Quilmes respecto a La Comunicación en los territorios en trabajos de extensión e investigación en el conurbano sur de la ciudad de Buenos Aires con políticas de vinculación social e

institucionalización, esta propuesta se encuentra sistematizada en el texto La comunicación en los territorios de los autores Nestor Daniel Gonzales y Alfredo Alfonso.

Desde esta perspectiva teórica desarrollada en relación a nuestras prácticas de diseño de comunicación concretas nos interesa repensar la participación como dimensión constitutiva de lo público en espacios conversacionales internos y externos de la organización UNViMe para luego poder describir las relaciones inter e intra institucionales con otros actores públicos y privados en territorio y de esta manera determinar algunas acciones de diseño de comunicación que llevará a cabo nuestro equipo de trabajo de investigación. Así, la lectura sobre nociones que implicaban pensar en lo público como un concepto abstracto, pero a su vez posible de observar en acciones concretas y cotidianas, fue el desafío que nos animó a sistematizar experiencias en nuestra universidad.

Bibliografía

Adrís, P (2015); "Comunicación en instituciones: atravesamiento de participación y poder" Encrucijadas de la investigación en América Latina. En Dra. Claudia Ardini (Directora ECI UNC – Argentina) VIII Seminario Regional (Cono sur) llevado a cabo "Políticas, actores y prácticas de la comunicación: encrucijadas de la investigación en América latina", en el congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. (ALAIC), Córdoba, Argentina.

Carballeda, A. (2008); Los escenarios de la intervención. Una mirada metodológica. En: Los cuerpos fragmentados. La intervención en lo social en los escenarios de la exclusión y el desencanto. Paidós, Buenos Aires. En línea; <http://tallerdeprocesos.blogspot.mx/p/materiales.html>

Kenbel, C (2016); *El Estado experimentado. Un enfoque de construcción*. XIV Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación. *Repensar la*

Comunicación, hacia una mirada decolonial en el Bicentenario de la Declaración de la Independencia Argentina.

Massoni, S. (2007); *Comunicación estratégica. Experiencias, planificación e investigación en marcha.* (Ed.) Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. ISBN -978-987-05-3029-9.

Mockus, A (2000); *La pregunta de lo público desde la sociedad civil.* Documento de trabajo preparatorio del V Encuentro Iberoamericano del Tercer Sector. Bogotá.

Silva (2020); *Los sentidos de lo público en espacios conversacionales en espacios conversacionales en la Universidad Nacional de Villa Mercedes.* Trabajo Final de la Maestría en Comunicación Institucional. Facultad de Ciencias Humanas. Universidad Nacional de San Luis.

Uranga, W en Enz, A (2006) y otras (edit) *El cambio social como acción transformadora.* Comunia- La Crujía. Buenos Aires.

Uranga, W. (2007); *Mirar desde la comunicación.* En línea: http://www.wuranga.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=70:mirar-desde-la-comunicacion-una-manera-de-analizar-las-practicas-sociales&catid=38:textos-propios&Itemid=27

Uranga W. (2014), *Conocer, transformar, comunicar.* Mimeo.

Vargas, T. *El Estado como productor de sentido,* ponencia presentada en XII Congreso ALAIC, Lima.

Vieytes, R. (2004); *Metodología de la investigación para sociedad, mercado y organizaciones.* Epistemología y Técnicas. Edit. De Las Ciencias. Buenos Aires. Cap. 20.



Recibido: 30/03/2023

Aceptado: 30/05/2023

Cómo citar este artículo:

Silva,C., Barbeito M., Panzolato, A.(2023). Repensar lo público en las intervenciones del territorio. Algunas nociones de los estudios preliminares del Diseño de Comunicación. RevID, Revista de Investigación y Disciplinas, Número 8, San Luis, p 75-89

