

Eje 4. Comunicación comunitaria y comunicación popular
Coordinan Patricia Fontelles, Irene Roquel y Liliana Lizondo

La reconversión impensada. Comunicación comunitaria, soberanía alimentaria y economía social

Patricia Fontelles | Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina
patricia.fontelles@uner.edu.ar

Marianela Morzán | Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina
marianela.morzan@uner.edu.ar

Resumen

Integrantes del ACC somos parte de un equipo interdisciplinario e interinstitucional que viene trabajando sobre la problemática de la Soberanía Alimentaria desde la comunicación comunitaria. Uniendo estas dos perspectivas hemos desarrollado proyectos y actividades de extensión desde el año 2015, principalmente a partir de la convocatoria de otros actores sociales. En los mismos diseñamos y llevamos adelante estrategias de comunicación comunitaria para reflexionar junto a diferentes actores de la comunidad sobre los alimentos, su origen y forma de producción, circulación y consumo a nivel local y regional. También realizamos acciones que buscaron visibilizar a productoras/es locales de la agricultura familiar de Santa Fe y Entre Ríos, su modo de producción agroecológica, la venta directa, la forma colaborativa de organización a través de las ferias francas locales; esperando aportar en el agregado de valor a sus productos a partir de la comunicación. Los diferentes proyectos fueron diseñados e implementados siempre en conjunto con otras instituciones educativas y científicas, organizaciones sociales y medios comunitarios. Estas articulaciones tienen sus características propias por la diversidad de actores, intereses y modos de entender y encarar la intervención en lo social. Hasta la situación de pandemia desarrollamos talleres y otros espacios de formación y reflexión colectiva con agricultoras/es familiares, estudiantes y consumidoras/es; producimos materiales de comunicación en diferentes formatos para distintos medios, y participamos en ferias y fiestas populares. Llegado el 2020, con sus distintos momentos de aislamiento social y obligatorio surgió la necesidad de reconvertir la tarea, para continuar

el vínculo con los feriantes y productores. En definitiva, se trataba de no dejar un vacío de la institucional en momentos críticos, haciéndonos cargo del rol que como universitarios queremos ocupar. Así fue que a partir de la reflexión grupal y el análisis de las necesidades que tenían estos actores, encontramos la forma de continuar el trabajo con dos grupos de feriantes. En conjunto decidimos reconvertir los modos de comercialización a circuitos de venta virtuales.

Para ello debimos también reconvertir los modos de vincularnos y comunicarnos entre los grupos, repensar las estrategias de comunicación comunitaria y su relación con la economía social y encarar nuevas maneras de promover la participación. Nuestra idea en este trabajo es analizar estos procesos de comunicación para ir hilando con la participación y finalizar la narrativa incursionando sobre las mediaciones institucionales: instituciones-productoras/es, Agentes interinstitucionales atravesados por las lógicas propias de las instituciones en época de pandemia.

¿Cómo se desarrollaron los procesos? ¿Cuáles fueron las dificultades y conflictos? ¿Cómo se reconfigura la noción de territorio? ¿Cómo se construye comunidad en épocas de comunicación y relacionamiento tecnológicamente mediados? ¿Qué características tiene la intervención en lo social a partir del trabajo interinstitucional e interdisciplinario? Estas son algunas de las preguntas que nos hacemos y que irán guiando la reflexión en torno a este trabajo.

Palabras clave: soberanía alimentaria, comunicación comunitaria

Las integrantes del Área de Comunicación Comunitaria -Facultad de Ciencias de la Educación - Universidad Nacional de Entre Ríos- (ACC) somos parte de un equipo interdisciplinario e interinstitucional que viene trabajando sobre la problemática de la soberanía alimentaria desde la comunicación comunitaria desde el 2015¹. Uniendo estas dos perspectivas hemos desarrollado proyectos y actividades de extensión. En los mismos diseñamos y llevamos adelante estrategias de comunicación comunitaria para reflexionar junto a diferentes actores de la comunidad sobre los alimentos, su origen y forma de producción, circulación y consumo a nivel local y regional. También realizamos acciones que buscan visibilizar a productoras/es locales de la agricultura familiar de Santa Fe y Entre Ríos, su modo de producción agroecológica, la venta directa, y la forma colaborativa de organización a través de las ferias francas locales. Con lo que se espera aportar en el agregado de valor a sus productos a partir de la comunicación.

Los diferentes proyectos que se llevaron a cabo fueron diseñados e implementados siempre en conjunto con otras instituciones educativas, científicas, organizaciones sociales y medios comunitarios. Estas articulaciones tienen sus características propias por la diversidad de actores, intereses y modos de entender y encarar la intervención en lo social.

Hasta la situación de pandemia, uno de nuestros principales espacios de intervención han sido los talleres de reflexión colectiva con agricultoras y agricultores familiares, estudiantes y consumidores. Además, producimos materiales educomunicacionales en diferentes formatos para distintos medios, y participamos en ferias y fiestas populares y otras instancias de formación sobre soberanía alimentaria.

Llegado el 2020 y con el estupor generado por la situación sanitaria en general la vida en particular se nos trastoca, tanto como personas atravesando esta atípica situación en sus distintos momentos de aislamiento social obligatorio, como profesionales miembros de la institución y, sentimos la necesidad de repensar y reconvertir la tarea. Así fue que en principio, y como norma, las reuniones presenciales pasaron a ser reuniones en la plataforma virtual y, apareció el zoom/meet en nuestras vidas.

La intempestiva irrupción de la pandemia nos obligó a reconvertir la manera de comunicarnos y los modos de vincularnos entre los grupos de pertenencia, tanto en el equipo del ACC como con el conjunto de agentes que compartimos la línea de trabajo de soberanía alimentaria y comunicación comunitaria (SAyCC). Nos demandó también repensar las estrategias de comunicación comunitaria y su relación con la economía social; y a encarar

¹ Hemos integrado los distintos proyectos vinculados a la línea Soberanía Alimentaria y Comunicación Comunitaria: estudiantes, docentes y técnicos/as de: Área de Comunicación Comunitaria - Fcedu - UNER; Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA, Agencia Monte Vera); la Escuela N° 324 "Los Constituyentes"; el Proyecto de Extensión "Nuevas Ruralidades Solidarias del Periurbano norte santafesino" de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la UNL; y la Comuna de Monte Vera; Secretaría de Agricultura Familiar, Campesina e Indígena, de la Nación. La Mesa local de María Grande está integrada por diferentes actores como SsAFCI, Prohuerta-INTA, Proyecto de comercialización rutas N° 127/12, y agentes de la Municipalidad de María Grande.

nuevas maneras de promover la participación.

En definitiva, se trataba de no dejar un vacío de la institución en momentos críticos, haciéndonos cargo del rol que como universitarios/as queremos ocupar, en nuestro caso continuar el vínculo con las y los feriantes y productoras/es. Así fue que a partir de la reflexión grupal y el análisis de las necesidades que tenían estos actores, encontramos la forma de continuar el trabajo con dos grupos integrados por agricultores y agricultoras familiares y emprendedores locales, constituidos en ferias, y localizados en María Grande -Entre Ríos- y en Monte Vera -Santa Fe-. Cada uno de esos procesos de trabajo tuvo características distintivas y nuestra participación también fue diferenciada.

Nuestra idea en este artículo es analizar cómo se vieron alterados los procesos de comunicación- desde la perspectiva de la comunicación comunitaria- en tanto las formas de participación que fueron mediatizadas compulsivamente y, a la vez, indagar sobre las mediaciones institucionales: productoras y productores, agentes interinstitucionales atravesadas/os por la lógica propia de las instituciones en época de pandemia.

En definitiva, en esta narrativa nos interesa ir des-hilando lo que nos aconteció en base a algunos interrogantes: ¿Cómo se desarrollaron los procesos comunicativos en la irrupción de estas nuevas formas? ¿Cuáles fueron las dificultades y conflictos que generaron? ¿Cómo se construye comunidad en épocas de comunicación y relacionamiento tecnológicamente mediados? ¿Qué características tiene la intervención en lo social a partir del trabajo interinstitucional e interdisciplinario? Estas son algunas de las preguntas que nos hacemos y que irán guiando la reflexión.

La comunicación comunitaria en la soberanía alimentaria

Soberanía Alimentaria y Comunicación Comunitaria, es una línea de trabajo del Área de Comunicación Comunitaria que ha concretado un recorrido desde el 2015 hasta la fecha. Como es de público conocimiento y ampliamente denunciado por organizaciones sociales el modelo alimentario imperante focaliza la producción de alimentos en la alta rentabilidad- productividad, razón por la cual se opta por la expansión de monocultivos en detrimento de la biodiversidad, lo que afecta la calidad alimenticia de la población. La concentración acelerada del sistema agroalimentario en unas pocas empresas multinacionales, hace que la producción de alimentos esté manipulada por quienes controlan el mercado, olvidando los aspectos culturales, regionales, productivos, saludables, etc. En este contexto, se hace necesario pensar, reflexionar y construir soberanía alimentaria, con múltiples actores. Esta situación es descripta y analizada por diferentes autores en Argentina y el mundo, entre los más reconocidos podemos mencionar a Myriam Gorban (2016; 2011;), integrantes del movimiento La Vía Campesina (1996; 2019), etc.

Ante esta situación es que desde distintas instituciones regionales nos propusimos abordar el tema revalorizando otras formas productivas que favorecen la biodiversidad y respetan la naturaleza y desarrollar estrategias de comunicación comunitaria en diálogo con

la soberanía alimentaria; comprendiendo la perspectiva comunicacional como un modo de vehicular el debate en torno a las prácticas, experiencias y procesos de consumo de alimentos, para que generen nuevos sentidos. Es decir, frente a los discursos monopolizadores y hegemónicos, generar una mayor circulación de la palabra entre las comunidades permitiendo un diálogo de saberes, que pone en foco otros modos de producir conocimientos.

La Soberanía Alimentaria "constituye el derecho de cada pueblo y de todos los pueblos a definir sus propias políticas y estrategias de producción, distribución y consumo de alimentos, a fin de garantizar una alimentación cultural y nutricionalmente apropiada y suficiente para toda la población" (Foro Mundial sobre Soberanía Alimentaria. 2001). Esta definición realizada por la Vía Campesina en 1996, también, plantea como fundamental el papel que juega la comunicación y el acceso a la información como garantes de esas definiciones. Entendidas ambas dimensiones -la comunicación comunitaria y la soberanía alimentaria- como derechos en la construcción de ciudadanía. Por lo tanto, la disputa del sentido y de su construcción en torno a ellas es un factor fundamental.

En los últimos años, hemos desarrollado diferentes estrategias de trabajo con agricultores/as familiares e integrantes de la economía social de Santa Fe y Entre Ríos, entendiendo la importancia que este grupo poblacional tiene en relación a la producción de alimentos, principalmente frescos, ya sea en cantidad como en calidad. Hemos desarrollado talleres, instancias de formación y apoyo para la constitución de ferias francas locales, con varios objetivos: diagnosticar problemáticas en torno a la comercialización de sus productos, generar estrategias de comunicación para dar a conocer a la comunidad este tipo de producción y sus beneficios; y valorar el trabajo y la importancia de estas personas para la soberanía alimentaria de la región.

En diversas instancias, se realizaron espacios de encuentro intergeneracionales con estudiantes de escuelas secundarias y productores/as que participaban en nuestros talleres, buscando que ese diálogo de saberes permitiera que los y las jóvenes conocieran mejor la producción agroalimentaria y a la vez que con sus conocimientos y manejo de las tecnologías facilitaran a los y las primeros elaborar piezas comunicacionales para dar a conocer las Ferias.

El trabajo se realizaba principalmente en talleres, una metodología que desde la educación popular incentiva a aprender desde la práctica y la experiencia; en esa dialéctica que va desde la teoría-práctica-praxis que nos enseñó María Teresa González Cuberes. En "el taller como tiempo - espacio para la vivencia, la reflexión y la conceptualización; como síntesis del pensar, el sentir y el hacer. Como el lugar para la participación y el aprendizaje. En el taller, a través del interjuego de los participantes con la tarea, confluyen pensamiento, sentimiento y acción. ...puede convertirse en el lugar del vínculo, la participación, la comunicación y, por ende, lugar de producción social de objetos, hechos y conocimientos" (González Cuberes. 1987: p. 9).

El modo en que, desde el ACC, entendemos a la comunicación comunitaria ha ido variando con el tiempo, sin embargo hay algunos aspectos que podemos mencionar como destacados: principalmente poner el acento en la dimensión comunitaria de la comunicación, pensando a la comunidad como un espacio de relaciones y vínculos que unen a sus miembros, como "esas formas de unión social en las que los sujetos articulan por la vía de la participación democrática valores y metas hacia los que se sienten vinculados colectiva e igualitariamente" (Honneth, 1999, p.12). Estos tipos de vínculos definen la identidad de sus actores y están más o menos fortalecidos dependiendo de los sectores sociales. "Lo que procuramos hacer, entonces, desde la comunicación comunitaria es identificar ese componente, visibilizarlo y fortalecerlo en términos comunicacionales, es decir, en el ejercicio de producir significaciones o, mejor, formas para comunicarlas" (Fasano. 2016: 80). En esta línea, consideramos que los procesos de comunicación no están localizados exclusivamente en los fenómenos mediáticos, sino que incluyen una infinidad de espacios de la vida social donde la comunicación es la materia, el espacio estratégico a través de la cual se expresan los movimientos de la cultura, son las *mediaciones* (Martín Barbero: 1987); es *la trama de la vida social* (Vizer: 2006); esto nos lleva a buscar una comunicación que hace énfasis en los procesos antes que en los productos. Estos procesos tienen la capacidad, como materia de la vida social, de transportar y de transformar la cultura, y con ello a las y los propios sujetos. En este aspecto, la dimensión educativa de la comunicación, principalmente desde la educación popular, adquiere una importante relevancia para las prácticas, ya que propone incidir, a través de la práctica, en la construcción de identidades sociales, en la revalorización de los propios universos de sentido de las y los actores, donde se destaca la importancia del trabajo "*con el otro* en la búsqueda de sus propias formas de organización, y no ya *para el otro* (lo que significaría trabajar 'sobre' o 'contra' el otro)" (Huergo, 2003, p.2). Esto ubica al diálogo en el centro del proceso, que posibilita la construcción de sentidos compartidos, proceso en el que se generan comunidades. ¿Y dónde nos ubicamos los comunicadores y comunicadoras? en los roles de facilitadores, animadores o acompañantes de esos procesos de puesta en forma de las significaciones de un colectivo, poniendo énfasis en la mayor dialoguicidad, horizontalidad y participación posibles. "Hablamos de trabajar con los grupos para que, en primer lugar, identifiquen los componentes comunitarios de su vida cotidiana, luego los valoricen y, finalmente, los apropien reflexiva y legítimamente para nombrar los componentes de su vida social" (Fasano. 2016: 80).

Volviendo a nuestra práctica

En esta ponencia nos interesa reflexionar sobre las formas en que se reconfiguran estos dos ejes –soberanía alimentaria y comunicación comunitaria– que tienen como anclaje el territorio, y como sustento la participación de los actores sociales involucrados. La emergencia nos privó en los dos sentidos. En este nuevo escenario analizaremos cómo se

resintió o no la participación de las y los actores involucrados/as; cómo afectó los circuitos de comunicación y cómo se establecieron los modos de articulación interinstitucional.

En principio, pasado el impacto de los primeros meses, nos organizamos en reuniones virtuales para expresar nuestros sentires como pares y equipo que somos dentro el ACC, luego de la misma manera con el grupo interdisciplinario de SA y CC. También necesitamos analizar la decisión de seguir o no compartiendo y cooperando con las y los feriantes y emprendedores de por lo menos las tres ferias que estábamos más vinculadas en ese momento. Fue así que tomamos la decisión de continuar acompañando las Ferias de María Grande y de Monte Vera, cuyos casos comentamos aquí; y la de Arroyo Leyes.

La pandemia nos obligó a redefinir formas de trabajo y comunicación hacia encuentros virtuales. Para quiénes integramos el equipo interinstitucional abocado a la soberanía alimentaria y la comunicación comunitaria la virtualidad no fue una dificultad, más bien nos permitió resolver reuniones y en ocasiones favoreció la economía de tiempo de traslado (sobre todo a las compañeras de Santa Fe).

A la Universidad como institución le llevó tiempo instalarse desde su nueva condición de no presencialidad.. Pasados unos meses comenzaron a salir convocatorias para proyectos como fue la de "Acción de Extensión en emergencia sanitaria" a la cual postulamos y accedimos. Los lentos modos administrativos de la Universidad se emparejaron en algún sentido con lo que estaba sucediendo por el efecto del COVID-19, y nos posibilitaron la oportunidad de contar con recursos económicos que fueron utilizados para gastos de los espacios de comercialización.

En cada territorio la cosa fue tomando rumbo propio, vamos a analizar dos experiencias: la de feriantes de María Grande y la de feriantes de Monte Vera, cada una con diferente proceso y con diferente profundidad.

Por un lado, Feria local de María grande

María grande fue uno de los territorios donde en años anteriores habíamos iniciado un proceso de intervención: con este grupo de feriantes se venía trabajando de forma presencial con espacios de taller generados por el equipo.

El vínculo territorial se establecía con los y las feriantes a través de la Mesa Local de María Grande² y fue así que con ella como intermediaria se consensuaron y se concretaron los primeros pasos de esta etapa y varias acciones. Los y las feriantes ya habían sido convocados por la *mesa local* entendiendo que a partir de esta coyuntura era necesario reconvertir los canales tradicionales de venta, y como a todos en ese tiempo les llegó la virtualidad: las ferias francas territoriales devinieron en espacios de venta virtuales.

En diálogos con los integrantes de la misma se le presentó y articuló un plan integral

² La Mesa local de María Grande está integrada por diferentes actores pertenecientes a la Secretaría de Agricultura Familiar, Campesina e Indígena, de la Nación, a la división de Prohuerta-INTA y a al Proyecto de comercialización rutas N° 127/12 y, agentes de la Municipalidad de María Grande.

con el objetivo de: *"Iniciar un proceso de trabajo que incluya un mínimo plan de comunicación integral que contemple la generación de una identidad visual para la feria y el espacio de comercialización en sus distintas facetas. Una vez lograda la identidad visual se proyectará la realización de diversas piezas comunicacionales que incluirán, además, la generación de piezas para cada agricultor/a familiar que la integre. Se considerarán las necesidades planteadas por el equipo de trabajo de la mesa de gestión local"* (Plan de comunicación para la Feria de María Grande. 2020 p. 1).

Este proyecto, que fue consensado en una larga lista de consultas, contaba con cuatro ítems 1- Generación de la identidad visual, un trabajo coordinado con el Área de Gráfica de la Facultad, que tuvo como resultado la generación de una marca paraguas y una serie de logotipos por productos 2- Estrategias de comunicación local: la identificación y reconocimiento de medios y actores claves de la comunicación y piezas comunicacionales (historia de la feria y cuñas radiales) 3- Piezas comunicacionales gráficas para difusión de la feria: diseños de piezas para el colectivo. - flyers en varios formatos para las redes sociales. 4- Piezas comunicacionales gráficas para cada familia productora y artesanos/as. y tarjetas individuales a cada feriante (diseño e impresión).

Para concretar un diagnóstico, el mecanismo que encontramos fue hacerles llegar una ficha pre elaborada y de auto llenado, en la que se pretendía indagar los sentires, gustos y necesidades de las y los feriantes para plasmarlos en diseños representativos. Estos diseños llegaban a ellos/as y posteriormente se recibían las observaciones o los acuerdos, siempre mediados por los agentes referentes de Mesa Local. Se programaron varias reuniones virtuales donde se consensaban acciones, se ponían a disposición los bocetos de los productos comunicacionales y a partir de allí empezaba a circular la ronda de consulta con los destinatarios y destinatarias. De igual manera para los casos de los diseños colectivos.

Fue así que, desde el equipo de la facultad empezamos a concretar las distintas estrategias de difusión y las piezas comunicacionales, según la necesidad que cada grupo o feriantes requería para organizar la difusión y comercialización de sus productos a través de redes y medios digitales. En los casos de los diseños tanto individuales como colectivos, se presentaba una propuesta a los y las integrantes de la Mesa Local, quienes realizaban ronda de consulta con los destinatarios/as. A posteriori se recibían sus comentarios y luego de las modificaciones pertinentes, se ponían a disposición los productos. Este mecanismo iba y venía varias veces. La comunicación entre ellos se realizaba por Whatsapp y llamadas telefónicas. En varias oportunidades se recurrió al e-mail.

La comercialización en tiempos de pandemia

"Para cuidarse y cuidar a los otros" como decía una productora, en el tiempo del distanciamiento social, la Mesa junto al grupo de feriantes crearon otras estrategias para poder seguir llegando a los/as consumidores. A través de Whatsapp se reservaban los bolsones

de alimentos y se pautaba la entrega en los domicilios de los compradores. Esta fue una estrategia que llegó para quedarse y diversificar las opciones de venta. Así cada familia productora se organiza para llegar a la ciudad con sus alimentos frescos y naturales en distintos días y cubrir la demanda, siempre respetando las normas de seguridad e higiene. En esta nueva etapa, afectada por el aislamiento, la comunicación del equipo de la facultad no pudo ser fluida con las y los feriantes, considerando que la mayoría vive en zonas rurales donde la conectividad es difícil o nula, de manera que, entre la distancia y la imposibilidad de comunicación, el proceso siempre estuvo mediado por los integrantes de la Mesa Local, que eran agentes territoriales de actividad vinculada a ellos. Agregando que María Grande es una localidad distante, a 70 km de Paraná. ¿Dónde quedó la comunicación comunitaria?

Reinventar los vínculos: la Feria de Monte Vera

Desde el proyecto en terreno "Soberanía Alimentaria y Comunicación Comunitaria" se venía acompañando a las trabajadoras autogestivas nucleadas en la *Feria de Productoras de Monte Vera* desde el 2015.

En el 2020, y ante la prohibición de su realización de modo presencial por las medidas de prevención ante la pandemia del Covid 19; la Feria debió modificar su modalidad de comercialización como así también de organización grupal, ya que las actividades que congregaban a más de 10 personas estaban suspendidas. Fue entonces que se decidió llevar a cabo venta on line o tipo delivery de bolsones de verduras, panificados y plantines de aromáticas, medicinales y ornamentales.

Este acompañamiento se hace siempre desde la perspectiva de la economía social y solidaria, el precio justo y la comunicación comunitaria³. En este sentido, desde el grupo conformado por docentes; estudiantes universitarios y secundarios; y técnicos aportamos para transitar un proceso de búsqueda de los modos de comercialización posibles de realizar en el marco de la pandemia. También para la reorganización grupal; el diseño de las diferentes propuestas de bolsones y de la logística para su venta y entrega; la articulación con distintos actores locales para establecer puntos de entrega y la comunicación de los diferentes momentos. Participamos además en el ofrecimiento de los productos y entrega de los mismos.

En lo que respecta a la comunicación, colaboramos en un proceso de incorporación y apropiación de redes sociales y vías de comunicación digitales por parte de las productoras para el ofrecimiento de sus productos, así como la identificación de los bolsones y el

³ Este proceso se realiza en colaboración con el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA, Agencia Monte Vera); la Escuela N° 324 "Los Constituyentes"; el Área de Comunicación Comunitaria de la Facultad de Ciencias de la Educación de la UNER; el Proyecto de Extensión "Nuevas Ruralidades Solidarias del Periurbano norte santafesino" de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la UNL; y la Comuna de Monte Vera. Se destaca la importante colaboración que hicieron y hacen las y los estudiantes universitarios y secundarios en el proyecto.

contacto con los y las clientas. Fue así que se logró concretar más de 15 fechas de venta y distribución de bolsones, durante el 2020 y más de 5 en el 2021.

También promovimos acciones colaborativas entre el grupo de trabajadoras (compras colectivas, intercambios, trueques). Asimismo, se compraron insumos para protocolos de bioseguridad y se colaboró con los costos de la logística y distribución de los bolsones, con recursos provenientes de las instituciones participantes del proyecto.

Como mencionamos el equipo viene trabajando con estas Feriantes desde hace más de cinco años. Este vínculo sostenido en el tiempo, lo cual ha generado la confianza mutua, permitió pasar de una instancia presencial a una virtual. Si bien esto pudo concretarse y sostenerse el proceso no fue fácil, sobre todo para comunicarse de manera virtual con un grupo poblacional que tiene muy poco acceso a las TICs o bajo conocimiento de su utilización. Esta cuestión tiene de positivo el hecho de que el trabajo con los bolsones ha permitido también que ellas comiencen a pensar en el uso de los celulares y las redes sociales como herramientas que pueden servir para mejorar o incrementar sus ventas.

Al respecto de la conversión al nuevo modo de comercialización, en una serie de entrevistas realizadas a las productoras las mismas comentaron que "fue un método distinto pero bien. A mí me ayudaron mucho porque Monte Vera estaba medio tranquilo"; "al principio estuve un poco nerviosa, pero después no. Por una parte tiene un poco de ganancia pero no es lo mismo que estar presente en la feria y vender tus productos"; "es algo nuevo para nosotras, distinto"; "a mí me parecieron re bien porque no teníamos el trastorno de tener que ir, estar ahí todo el tiempo. Teníamos el trabajo de ir a entregar el producto y quedarnos un rato con las chicas. Después ya las chicas se iban y nosotros nos veníamos a casa y podíamos hacer otra cosa. En cambio con las ferias teníamos toda la mañana y a veces vendíamos muy poco"; "la verdad que fue bastante bueno porque directamente lo pedían y había que llevarlo. Se movió bastante bien eso".

Otra cuestión que no facilitó el trabajo fue el impedimento de la presencialidad para las tareas de los y las técnicas y docentes lo cual complicó la logística, el acceso a los recursos económicos, etc.

En el proceso de trabajo evaluamos muy positivamente los vínculos interinstitucionales que fuimos construyendo entre las distintas organizaciones, estudiantes, docentes y técnicos/as. Cabe aclarar que, en María Grande, el proceso concluyó a finales del 2020, en Monte Vera aún continúa.

Los conflictos y problemáticas de la pandemia

- La comunicación mediatizada: La obligación de que la comunicación sea todo el tiempo mediatizada generó dificultades: las reuniones se hacen más largas, los mensajes en grupos de Whatsapp generan muchos malentendidos, se dificultan las discusiones o intercambios de opiniones y argumentaciones complejas.

La comunicación con las productoras fue un tema especial y se realizó de distintos modos.

En lo que respecta a la virtualización, este es un grupo de personas que no están muy cercanas a las TICS, donde la brecha digital es grande. En su mayoría cuentan con celular y Whatsapp, pero con un uso limitado. A su vez el acceso a internet se da por datos del teléfono móvil lo cual es más caro. También en ocasiones ese dispositivo es utilizado para el desarrollo de actividades escolares de otros integrantes de la familia. En cuanto al uso de redes sociales, algunas tienen Facebook o Instagram, que incluso usan para la comercialización, pero son las menos. Por estos motivos, la comunicación con las productoras fue más bien individual, a partir de llamados telefónicos del equipo técnico con cada una, y con un uso limitado del grupo de Whatsapp. El contraste se daba, el día de entrega de los bolsones, cuando algunas de las mujeres se encontraban presencialmente a armarlos, lo cual era un momento de mayor comunicación, intercambio de opiniones sobre el trabajo y la organización y logística grupal.

Asimismo, logramos realizar una reunión presencial, en la que estuvieron presentes todas las mujeres, pudiendo conversarse distintos temas vinculados a lo organizativo, logística y también sentimientos y sensaciones en relación a la situación que se estaba viviendo y el trabajo realizado.

- Comunicación y organización social: La Feria es para las mujeres de Monte Vera mucho más que un espacio de comercialización de sus producciones, así lo manifestaron en una de las instancias de evaluación, donde plantearon que ese espacio es muy importante para la socialización con otras mujeres, es un lugar de contención, de reconocimiento y de aprendizaje, donde se sienten bien, pueden conversar entre ellas y con los clientes. Es además, un espacio de autovaloración: valor al producto, valor al modo de producción, valoración personal. Esto nos muestra por un lado, la importancia del proceso, por sobre los productos y también como el distanciamiento social significó dejar suspendidos estos momentos, que debieron encontrar otros modos de suceder.

- La cuestión de "lo comunitario": lo común se produce progresivamente, en prácticas dialógicas, participativas, horizontales y de reconocimiento mutuo. Se da cuando ese sentimiento de pertenencia sucede, a pesar de las heterogeneidades. La comunidad es compleja, transitoria, afectiva. El tema es que en este contexto de aislamiento y dificultades para comunicarse fue y es mucho más difícil mantener este sentimiento de grupo, sostener el diálogo, escuchar, priorizar la circulación de la palabra.

- El trabajo interdisciplinario: Con el tiempo y la práctica se fue conformando un equipo de trabajo interdisciplinario e interinstitucional. Somos dos universidades, dos organismos estatales vinculados al agro, la comuna y dos escuelas secundarias. Hay docentes y estudiantes de comunicación, trabajo social, geografía y ciencias económicas. El trabajo es arduo y la coordinación de tareas difícil. En este marco también se coordinan proyectos

institucionales y de financiamiento de distinto tipo. Esto vuelve de lo más compleja las instancias de intervención.

Por otro lado, tal como dice Alfredo Carballeda, los abordajes de las problemáticas sociales complejas requieren cada vez más del trabajo interdisciplinario, ya que estas distintas miradas nos permiten abarcar esa complejidad, sin embargo, esto también implica consensuar entre modalidades de intervención muy diferentes, como así también las distintas maneras de ver la relación entre la investigación y la extensión y de entender la producción del saber. Ya hemos tenido en el grupo varias diferencias al respecto. Necesitamos un mayor esfuerzo para entender cuáles son las lógicas que subyacen en la práctica.

El trabajo con estudiantes es muy interesante y rico para todas las partes, ya que aporta una riqueza impresionante de miradas a los problemas y al desarrollo de un proyecto, pero requiere dedicación de tiempo para formar/capacitar a esos estudiantes para el trabajo con otros actores sociales y también para que ellos mismos vayan autovalorando sus propias palabras y aportes en el proceso de trabajo.

De los espacios

Hace muy poco tiempo finalizamos con el equipo del ACC el Proyecto de investigación "¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación comunitaria? Etnografía de un proceso desde la Universidad" ⁴. Uno de los aspectos que se repiten en las conclusiones tiene que ver con la alusión al "espacio". "Lo que surge de la investigación es que el espacio donde ocurre el "encuentro" ocupa un lugar fundante en la relación que se construye: sea en "su" territorio, en "nuestro" territorio o en terreno "neutral", tomando aquí como territorio la idea de espacio vivido" (Fasano. 2019: 282). Estos espacios posibilitan vivenciar y compartir la vida cotidiana de las distintas personas que lo integramos, permite la familiarización y nos predispone a entablar vínculos más profundos. Los espacios son realmente una dimensión experiencial. ¿Y qué pasó entonces cuando ese espacio sólo fue virtual? ¿Cuándo lo compartido solo podía generarse de una manera intermediada por las tecnologías? En principio, entre quiénes integramos este proceso relacionado con la Feria de Monte Vera nos relacionamos muy poco de manera grupal, ya que, tal como comentábamos más arriba, varias de las productoras no tenían disponibilidad de dispositivos con internet o no sabían utilizarlos. Le quedó al equipo coordinador ser ese nexo. El grupo de Whatsapp se convirtió en el principal espacio grupal y ¿comunitario?, pero esa comunicación tiene sus limitaciones: la desorganización, las dificultades para entender y entenderse en el lenguaje escrito para poblaciones más acostumbradas a la oralidad, etc. Con el tiempo estas habilidades comunicacionales se fueron desarrollando y además nos dimos cuenta, que esta virtualidad tecnológica también permitió generar sentimiento de pertenencia y demostró la importancia de la palabra de cada participante.

⁴ Parte de las conclusiones de ese proceso fueron sintetizadas por Patricia Fasano, quién dirigió la investigación, en el artículo ¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación comunitaria? y fue publicado en la revista Ciencia, Docencia y Tecnología 2009.

En el transcurso de los días, el espacio físico reapareció en las instancias de armado de los bolsones o en una reunión 'clandestina' -que raramente fue la única en la que pudieron participar todas- y luego las reuniones generales. Volvieron con esto las conversaciones grupales, las negociaciones cara a cara, las demostraciones afectivas -con distancia social- y una comunicación que tampoco deja de tener sus dificultades.

Si bien, pudimos observar, en las productoras, estudiantes, técnicos y docentes esa añoranza a la vivencia del espacio "presencial", también en lo virtual se va construyendo ese anclaje emocional que genera sentido e identificación comunitaria, donde la palabra de todos y todas tiene valor y también implica responsabilidades.

El rol de las y los comunicadores comunitarios

Por último, siempre aparece la pregunta y la reflexión acerca del rol que como comunicadores y comunicadoras comunitarias vamos habitando. Desde el ACC, hemos pensado todos estos años, desde nuestras prácticas de extensión, docencia e investigación, que "las tareas de los comunicadores consistirían entonces, fundamentalmente, en animar y/o acompañar los procesos en los que participamos, para que 'otros' planifiquen su audibilidad.

Esta tarea incluye desde construir vínculos que produzcan la confianza necesaria para atreverse a romper el silencio (como elemento basal de los procesos) hasta concretar la expresión en piezas comunicacionales que puedan ser oídas por otros (como objetivo último)" (Fasano. 2019 - 295).

En este caso y en relación a la reinención de la Feria de productoras de Monte Vera desde el equipo técnico propusimos la opción para trabajar durante la pandemia y fuimos estructurando el modo de trabajo, a partir de lo que observábamos que se estaba dando en otras Ferias. Siempre tratamos de escuchar y consensuar, pero por la disponibilidad de las tecnologías y familiaridad con los procesos de comunicación virtual, nuestro papel se volvió más protagonista, con mucha más intervención tanto a la hora de realizar las tareas como en la toma de decisiones.

Algo similar nos sucedió con las y los productores de María Grande donde el proceso de comunicación nos tensionaba, ya que no fue con los feriantes directamente sino, en todo momento, mediado por los agentes de la mesa local. Para nuestra concepción de la comunicación comunitaria donde los espacios de participación son prioritarios para construir colectivamente, esta forma de trabajo nos afectó, sentimos relegar la dimensión comunitaria de la comunicación, ya que los espacios y grado de participación se relegaron a la intermediación con los actores territoriales

Así que tanto en una experiencia como en la otra, en varias oportunidades, marchábamos con la sensación contradictoria de NO estar trabajando desde la perspectiva que asumimos. Tanto así que, en una de las reuniones periódicas del equipo del ACC, donde poníamos en común nuestras prácticas y nuestras tensiones y contradicciones, una compañera nos señaló: "Pero eso no es Comunicación Comunitaria"... Esto generó además de

la posibilidad de cuestionarnos la veta asistencialista y funcionalista que tanto rechazamos, advertir los bordes por los que caminamos y los límites que tiene nuestro trabajo en pandemia y aislamiento físico. Esto hizo y hace que todo el tiempo estemos buscando alternativas para modificar ese protagonismo, tratando que las productoras puedan ocupar los distintos lugares en la organización, viendo cómo superamos la brecha digital y como también reconstruimos los grupos.

Ya pasado el año y medio desde que inició la Pandemia, también podemos reflexionar que existen ciertos momentos que demandan mayor protagonismo, sobre todo pensando en las habilidades comunicacionales, de gestión -principalmente ante los organismos estatales- y de acceso a ciertas redes de contactos que hacen que quienes ocupamos los roles técnicos, de varias disciplinas en estos casos, podamos tener resultados positivos.

Creemos que no podemos concluir, solo seguir debatiendo, porque además de estar resonando los acontecimientos tales como los efectos del aislamiento que nos llevaron a una reconversión impensada, seguimos transitando sobre nuestros propios pasos y creemos que la perspectiva que nosotros abrazamos está en constante movimiento. Observamos que aprendemos en cada momento que las definiciones estrictas no siempre nos sirven, ni teórica ni empíricamente.

Referencias bibliográficas

ALBA MOVIMIENTOS (2016). *Comunicación para la Soberanía Alimentaria*. Herramientas y recursos. Fedaeps, Quito.

CARBALLEDA, Alfredo (2007). *La intervención en lo social*. Exclusión e integración en los nuevos escenarios sociales. Paidós, Buenos Aires, 3^o Edición.

FASANO, P. (2016). Comunicación Comunitaria en/y desde la Universidad, en: *Revista Tram(p)as de la comunicación y la cultura* N°78, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Buenos Aires.

———(2009). ¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación comunitaria? *Revista Ciencia, Docencia y Tecnología*, N° 9. Eduner, Paraná <https://www.pcient.uner.edu.ar/index.php/Scdyt/article/view/629/682>

FORO MUNDIAL SOBRE SOBERANÍA ALIMENTARIA (2001). Conclusiones. Publicado en la web del Movimiento La Vía Campesina, La Habana.

GONZALEZ CUBERES, María Teresa (1987). *El Taller de los Talleres*. Aporte al desarrollo de talleres. Ángel Estrada, Buenos Aires.

GORBAN, Miryam (2016). *Hablemos de soberanía alimentaria*. Mónadanomada + CaLiSA, Buenos Aires.

GORBAN, Miryam y otros (2011). *Seguridad y soberanía alimentaria*. Akadia Editorial, Buenos Aires.

HONNETH, Axel (1999). Comunidad. Esbozo de una historia conceptual. *Isegoría*, (20), 5–15. <https://doi.org/10.3989/isegoria.1999.i20.89>

HUERGO, Jorge (2003). "El reconocimiento del universo vocabular y la prealimentación de las acciones estratégicas". En www.udp.cl/comunicacion/magcom/docs/universo_vocabular-doc

IRIARTE, Marcos (2015). Casi todo lo que comes y bebes lo fabrican sólo estas 10 empresas. *Diario El Mundo*. España. <https://www.elmundo.es/economia/2015/10/06/56124c7546163f93798b457a.html>

MARTÍN BARBERO, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gili: Barcelona.

NAVARRO, Luis y Desmarais Annette Hernández Navarro (2019). Crisis y soberanía alimentaria: Vía Campesina y el tiempo de una idea. Página web del Movimiento La Vía Campesina. <https://viacampesina.org/es/crisis-y-soberanalimentaria-vcampesina-y-el-tiempo-de-una-idea/4/>

VIZER, Eduardo. (2006). *La trama invisible de la vida social*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.