

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

Ana Inés Garaza Pagliasso

**IMÁGENES E IMAGINARIOS DE LAS ORGANIZACIONES SOCIALES EN UN
ESPACIO DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA:**

la televisión del movimiento sindical de Uruguay

Juiz de Fora
Febrero de 2016

Ana Inés Garaza Pagliasso

**IMÁGENES E IMAGINARIOS DE LAS ORGANIZACIONES SOCIALES EN UN
ESPACIO DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA:
la televisión del movimiento sindical de Uruguay**

Disertación presentada como requisito para la obtención del título de Magíster en Comunicación Social en el Programa de Pos-Graduación en Comunicación de la Universidad Federal de Juiz de Fora.

Orientadora: Profa. Dra. Iluska Maria da Silva Coutinho

Juiz de Fora
Febrero de 2016

Ficha catalográfica elaborada através do Programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Garaza Pagliasso, Ana Inés.

Imágenes e imaginarios de las organizaciones sociales en un espacio de comunicación comunitaria : la televisión del movimiento sindical de Uruguay / Ana Inés Garaza Pagliasso. -- 2016.
105 f.

Orientadora: Iluska Maria da Silva Coutinho
Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2016.

1. Comunicación. 2. Televisión Comunitaria. 3. Narrativa visual. 4. Hegemonía. 5. Contra-hegemonía. I. Coutinho, Iluska Maria da Silva, orient. II. Título.

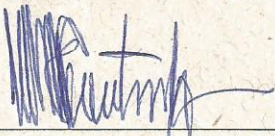
Ana Inés Garaza Pagliasso

Imágenes e imaginarios de las organizaciones sociales en un espacio de comunicación comunitaria:
la Televisión del movimiento sindical de Uruguay

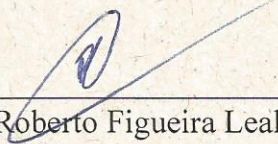
Disertación presentada al curso de Maestría en Comunicación del Programa en Pos-graduación en Comunicación de la Universidad Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para la obtención el título de magíster.

Área de concentración: Comunicación y Sociedad.
Línea de investigación: Cultura, Narrativas y Producción de Sentido.
Orientadora: Prof^a. Dr^a. Iluskã Maria da Silva Coutinho (UFJF).

Aprobada por la banca compuesta por los siguientes miembros:



Prof^a. Dr^a. Iluska Maria da Silva Coutinho (UFJF) – Orientadora



Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal (UFJF) – Invitado



Prof. Dr. João Barreto da Fonseca (UFSJ) – Invitado

Juiz de Fora, 16 de febrero de 2016.

AGRADECIMIENTOS

El proceso de elaboración de este trabajo es producto de varias fuerzas individuales unidas, de muchas búsquedas y de algunas casualidades. Tengo la convicción de que estas líneas no son enteramente mías. Simplemente intenté tejerlas con cuidado, motivada por ideas, incertidumbres y expectativas que finalmente me apropié. Como sé que nadie es capaz de aprehender solo, reconozco y agradezco cada soporte, cada irrupción, cada idea que me brindaron mi familia y mis amigos de Uruguay, y cada persona que hallé en este camino y que apareció para quedarse.

Agradezco especialmente a la Universidad Federal de Juiz de Fora por aceptarme como parte del Programa de Pos-graduación en Comunicación, a los profesores que orientaron mis ideas, a los trabajadores que me aportaron sus saberes y experiencias, y a mis compañeros de Extensión Universitaria.

Esperando que este trabajo se reinvente pronto, agradezco a cada una de estas personas por reconocernos seres humanos creativos capaces de inventar el mundo en el cual vivimos.

RESUMEN

Esta investigación busca aportar elementos para pensar la construcción de una narrativa visual generada en una emisora televisiva de gestión comunitaria. En el marco de la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Uruguay, y con la incorporación de la televisión digital en este país, se le ha asignado una señal al Plenario Intersindical de Trabajadores-Convención Nacional de Trabajadores (PIT-CNT) para el desarrollo de un canal comunitario. Se entiende que ciertas coyunturas sociales y políticas en América Latina han favorecido acciones que buscan caminar hacia la concreción de una comunicación más democrática. El desarrollo de determinadas propuestas puede ser propicio para la instalación, a nivel masivo, de una comunicación comunitaria y alternativa a los modelos tradicionales y hegemónicos. Se considera pertinente profundizar, entonces, en cómo las organizaciones sociales elaboran contenidos, siendo creadoras y no sólo consumidoras de sentidos. Investigamos aquí las posibilidades que desarrollan estos sectores para instalar nuevas miradas, entendiendo que sus disputas se configuran no sólo en el terreno de sus necesidades materiales, sino en el espacio de lo cultural; éste entendido como los modos de hacer, sentir y pensar. Como forma de dar respuesta a los objetivos de esta investigación se desarrolla un trabajo de campo a través de entrevistas y un grupo de discusión que permiten poner en diálogo las reflexiones teóricas con el discurso de los trabajadores, y éstas con las definiciones políticas y reglamentares relacionadas a la comunicación. Se realiza, además, un análisis del contenido de los programas televisivos elaborado por el Sindicato Único Nacional de la Construcción y Anexos, Replanteo TV, abordando la imagen como mensaje visual, en el cual interaccionan signos icónicos, plásticos y simbólicos. A partir de los análisis y el desarrollo teórico se observa la importancia de que los trabajadores elaboren modos de expresión propios, en un proceso que los crea a sí mismos, individual y colectivamente. Se entiende aquí que existe una dificultad en la puesta en práctica de un medio de gestión comunitaria, ya que esto coloca a nivel social la discusión sobre el ejercicio de la comunicación como un derecho, el uso del espacio público y la propiedad privada de los medios de comunicación.

Palabras claves: Comunicación. Televisión Comunitaria. Narrativa visual. Hegemonía. Contra-hegemonía.

RESUMO

Este trabalho busca aportar elementos para pensar a construção de uma narrativa visual veiculada por uma emissora televisiva de gestão comunitária. No marco da aprovação da *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* no Uruguai, e com a incorporação da televisão digital neste país, foi concedido um sinal ao *Plenario Intersindical de Trabajadores-Convención Nacional de Trabajadores* (PIT-CNT), para o desenvolvimento de um canal comunitário. Entende-se que certas conjunturas sociais e políticas atuais, na América Latina, tem favorecido ações que procuram caminhar para a concretização de uma comunicação mais democrática. O desenvolvimento de determinadas propostas pode-se apresenta propício para a instalação, a nível massivo, de uma comunicação comunitária e alternativa aos modelos tradicionais e hegemônicos. Considera-se, portanto, a importância do aprofundamento das possibilidades das organizações sociais terem seus próprios meios, criando e não apenas consumindo sentidos. Desse modo, o propósito deste trabalho é investigar as possibilidades de desenvolvimento desses setores a fim de instalar novos olhares, entendendo que suas disputas se estabelecem não apenas nas bases das suas necessidades materiais, mas também no espaço da cultura, entendida como formas de fazer, sentir e pensar. Como forma de dar resposta aos objetivos desta investigação tem-se desenvolvido um trabalho de campo através de entrevistas e um grupo de discussão que permitiu colocar em diálogo as reflexões teóricas com o discurso dos trabalhadores, e também com as definições e as políticas regulamentares relacionadas à comunicação. Além disso, realiza-se uma análise do conteúdo dos programas televisivos elaborados por o *Sindicato Único Nacional de la Construcción y Anexos, Replanteo TV*, abordando a imagem como uma mensagem visual em que interagem signos icônicos, plásticos e simbólicos. A partir da análise e do desenvolvimento teórico realizado, entendemos a importância dos trabalhadores criar modos de expressão próprios, num processo que os cria a si mesmos, individual e coletivamente. Entende-se que há uma dificuldade em estabelecer na prática um meio de gestão comunitária, já que isto coloca em discussão a comunicação como direito, o uso do espaço público e da propriedade privada dos meios de comunicação.

Palavras-chaves: Comunicação. Televisão Comunitária. Narrativa visual. Hegemonia. Contra-hegemonia.

SUMARIO

1 INTRODUCCIÓN	7
2 LA CONSTRUCCIÓN DE LO PÚBLICO EN ESPACIOS DE GESTIÓN COLECTIVA	13
2.1 SENTIDOS Y SIGNIFICADOS DE LO PÚBLICO	13
2.2 ESTADO, ESPACIO PÚBLICO Y ESPACIO PRIVADO	15
2.3 COMUNICACIÓN Y PODER SIMBÓLICO.....	19
2.4 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CONFORMACIÓN DE LA ESFERA PÚBLICA.....	22
2.5 ESPACIO COMUNAL	24
2.6 LO COLECTIVO FRENTE A LO INSTANTÁNEO	30
2.7 SUJETOS DE ACCIÓN COLECTIVA.....	32
3 PRÁCTICAS Y MARCOS LEGALES Y POLÍTICOS PARA EL DESARROLLO DE UNA COMUNICACIÓN COMUNITARIA	41
3.1 HACIA UNA COMUNICACIÓN MÁS DEMOCRÁTICA	41
3.2 LO COMÚN EN LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN URUGUAY	47
3.3 COMUNICACIÓN Y ORGANIZACIONES SOCIALES	51
3.4 NIVELES DE ANÁLISIS:.....	52
3.4.1. Sentido comunitario	52
3.4.2 La puesta en práctica de un medio comunitario	54
3.4.3 Representación de los trabajadores en el medio televisivo	56
3.5 PUNTOS EN COMÚN	58
4 REPRESENTACIÓN DE LOS TRABAJADORES EN EL ESPACIO TELEVISIVO	61
4.1 DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN.....	64
4.1.1 EJE 1. Representación de los trabajadores en la televisión	65
4.1.2 EJE 2. Representación de los trabajadores en las imágenes de Replanteo TV	66
4.1.3 EJE 3. Representación de los trabajadores en el futuro canal del PIT-CNT, Mi Canal	68
4.2 APRECIACIONES EN COMÚN	70
5 LA CONSTITUCIÓN DE UNA NARRATIVA VISUAL PROPIA DE LOS TRABAJADORES. ANÁLISIS DE REPLANTEO TV	73
5.1 HACER CON IMÁGENES	73

5.2 FORMAS TRADICIONALES Y FORMAS ALTERNATIVAS	78
5.3 ASPECTOS PARA EL ANÁLISIS	80
5.4 TÓPICOS A ANALIZAR	85
5.5 ANÁLISIS	88
5.5.1 Nivel 1: Representación de los trabajadores	88
5.5.2 Nivel 2: Modos de expresión alternativos	90
5.5.3 Nivel 3: Capacidad de las imágenes por generar experiencias para los trabajadores	92
5.6 CONCLUSIONES PARA EL ANÁLISIS	92
6 CONSIDERACIONES FINALES	97
REFERENCIAS	103

1 INTRODUCCIÓN

Históricamente se han creado diversos modos de expresión como forma de producir y reproducir sentidos que sustentan un proyecto de sociedad determinado. A través de la comunicación se ha conseguido materializar una necesidad por mantener y justificar cierto orden social. La organización y transmisión de significados sirve a la construcción de diferentes imaginarios que sustentan creencias, valores y aptitudes. En este sentido, los medios de comunicación actúan creando y recreando ese imaginario, y por tanto, ocupando un lugar de importancia para la sociedad y el desarrollo de su cultura.

Podemos decir que en esa construcción de sentidos la comunicación se presenta como un campo en disputa donde diferentes intereses se enfrentan en la búsqueda por alcanzar su supremacía. Entendemos que este enfrentamiento se da en una relación desequilibrada, ya que existe una propiedad desigual de los canales por donde circulan contenidos a un nivel masivo.

Quienes gestionan los medios de comunicación crean, de forma estratégica, significaciones que actúan simbólicamente en la generación de experiencias, ideas y deseos. Aquello que será visible y público, y aquello que deberá quedar oculto o contar con menor visibilidad es producto de determinadas decisiones. Si estas definiciones están en manos de ciertos grupos, los procesos mediante los cuales se legitiman y consensúan formas de ser, estar y actuar en sociedad, son difícilmente criticables y cuestionables. En cambio, una vez que se abren canales de comunicación para la presencia de actores que traen visiones alternativas y perspectivas que rebaten sentido a formas únicas de expresión y significación, se configura un nuevo escenario político. Al reorganizar la lógica mediante la cual se distribuye el espacio de la comunicación, surge la posibilidad de generar nuevas apropiaciones de sentido, sobre todo, desde determinados sectores que se posicionan con mayor autonomía para poder realizarlo.

En los últimos años diversos países de América Latina, de forma más o menos incipiente, han desarrollado acciones hacia la apertura de espacios de comunicación para que éstos sean ocupados por sectores de la sociedad que sistemáticamente se vieron excluidos de la escena pública. Históricamente la región se ha caracterizado por concentrar en pocas manos la propiedad de sus medios de comunicación, influenciando negativamente la libertad de expresión y el desarrollo de procesos de democratización. En la última década se ha concretado el establecimiento de marcos regulativos de radiodifusión, dando nuevos parámetros para el funcionamiento de los distintos medios, no sin generar posiciones que

colocan en conflicto intereses políticos y económicos.

En Uruguay, el Poder Legislativo aprobó el 23 de diciembre de 2014 la Ley 19.307 que regula la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual. El nuevo marco regulativo busca promover el derecho a la libre expresión, al acceso y la producción cultural, así como el derecho de todos los ciudadanos a la información y la comunicación. En este contexto, y a través de la incorporación de la televisión digital en este país, se le ha asignado una señal al Plenario Intersindical de Trabajadores-Convención Nacional de Trabajadores (PIT-CNT)¹ para el desarrollo de un canal comunitario. Con esto se abre la posibilidad de que las organizaciones sociales se expresen en su propia voz, posicionándose con mayor protagonismo.

Creemos pertinente en la presente investigación aportar elementos para pensar el papel que tiene la imagen en la construcción de una narrativa visual generada a través de una emisora televisiva de gestión comunitaria. Nos proponemos, entonces, conocer de qué manera el PIT-CNT proyecta su propio canal, de modo de entender cuáles son sus ideas previas, expectativas y bases, en cuanto a la importancia que tiene para los trabajadores construir representación en un medio televisivo. Nos trazamos como objetivo, además, buscar comprender la potencialidad que las imágenes tienen en la generación de un imaginario para las organizaciones sociales².

Reconocemos que un imaginario se alimenta y consolida a través de las imágenes que le son proporcionadas. El imaginario funciona simbólicamente como representación de significaciones compartidas, que a razón de una práctica repetitiva y sistemática se han instituido socialmente. Si entendemos que el lenguaje visual actúa, no presentando una realidad para la acción de los individuos sino que creando esa realidad, podemos percibir la importancia que tiene el buscar diversificar el material que alimenta tal construcción. Las imágenes que conforman un imaginario, a la vez que son múltiples y variadas, se limitan si éstas son generadas y difundidas a través de medios de comunicación concentrados en manos de algunos propietarios. Intentar aportar nuevas imágenes al imaginario que representa a los

¹Debemos destacar que Uruguay tiene una sola central sindical con más de cien años de existencia. Ésta ha adoptado diferentes formas, constituyéndose como el actual PIT-CNT, Plenario Intersindical de Trabajadores (PIT) y Convención Nacional Trabajadores (CNT) desde el 1º de mayo de 1983. Esta central nuclea una variedad de sindicatos con diferente perspectivas políticas. En noviembre de 2015, once sindicatos manifestaron su desconformidad a ciertas determinaciones y acciones que la central lleva adelante, por lo cual planean tramitar su personería jurídica y establecer sus estatutos para conformar lo que sería una segunda central sindical en el país (<http://www.pitcnt.uy/>).

²Es preciso aclarar que la definición de este estudio tiene sus antecedentes en el trabajo desarrollado a través del Servicio Central de Extensión y Actividades en el Medio perteneciente a la Universidad de la República de Uruguay (UdelaR), y a partir de la propuesta de investigación: “Comunicación en los sindicatos. Entre la acción urgente y la planificación estratégica”, UdelaR y PIT-CNT.

trabajadores organizados y a las organizaciones sociales en general, implica reconocer una potencialidad creativa. Implica, además, colocar en tensión lo instituido frente a la presencia de un nuevo instituyente.

El PIT-CNT se propone la creación de un canal que se convierta en un medio de comunicación para los trabajadores, y que se presente como vehículo para la comunicación de las organizaciones sociales y los sectores de la sociedad vinculados a ellas. Teniendo en cuenta este objetivo, queremos pensar si a través de la gestión de un canal propio, las organizaciones sociales son capaces de instalar, a través de nuevas estéticas y nuevas referencias de lo visible y enunciable, modos de mostrar alternativos. Como forma de observar cómo los trabajadores construyen desde su voz sentido propio, se tomará como objeto para el análisis el material televisivo realizado por el Sindicato Único Nacional de la Construcción y Anexos, a través de Replanteo TV³.

Entendemos que a través de la gestión de un tipo de visibilidad por parte de los medios de comunicación tradicionales, se ha establecido, a fuerza de repetición, un discurso específico sobre las organizaciones sociales. Hemos entendido su accionar y sentir, a través de un punto de vista, que se ha incorporado como válido. En una pretensión por aislar ciertos discursos, ciertos modos de actuar, de ser y comprender la sociedad, se han excluido de la representación social determinados relatos. Teniendo esto en cuenta es que cobra relevancia el estudio de los contenidos creados a través del desarrollo de una narrativa visual por parte del PIT-CNT. Esto considerando un marco social y político que pretende consolidar procesos de comunicación más democráticos, y, bajo otro régimen de percepción y significación, posibilitar la construcción de nuevos imaginarios.

De esta manera, decidimos dividir el presente trabajo en cuatro capítulos. Primero realizamos una revisión teórica a modo de definir una base conceptual que nos permitiese reflexionar sobre el tema propuesto y acercar algunas conclusiones. Considerando que en la medida que exista avances en las reglamentaciones sobre la comunicación, y se dé mayor espacio a las organizaciones sociales, se hace aún más significativo buscar comprender la posibilidad de rebatir sentido a representaciones hegemónicas. A su vez, al plantear el desarrollo de una comunicación de los trabajadores en el espacio de la comunicación pública y comunitaria, creemos necesario pensar qué lugar se le otorga a lo público y a las formas

³“Replanteo TV” es el primer programa televisivo realizado en Uruguay por un sindicato. Es transmitido por VTV -señal para abonados- desde el 26 de octubre de 2013 y filmado y editado por la productora privada La Tribu. Los contenidos son elaborados por el Sindicato Único Nacional de la Construcción y Anexos, el cual define su canal como: “Un producto informativo de género documental, que trata temas de actualidad de nuestra industria, recordando de dónde venimos y abordando aspectos sociales, políticos y económicos que se encadenan en la vida del obrero” (<http://www.sunca.org.uy/>).

colectivas. En esto, creemos pertinente tomar el pensamiento de Antonio Gramsci, quien nos permite entender de qué modo la comunicación se desarrolla en un espacio público y privado determinado por una configuración específica de Estado, en la cual actúa una sociedad civil y una sociedad política que tensionan la conformación de una hegemonía.

Por otro lado, buscamos comprender la formación de lo comunal, lo individual y lo colectivo en la sociedad actual, partiendo de la idea de que las formas mediante las cuales imaginamos, pensamos, percibimos y generamos experiencia están condicionadas por una configuración de un tiempo y un espacio específico, conforme a los valores de una sociedad capitalista. Consideramos que los modos de ver y mostrar también condicionan nuestras maneras de ser y estar en sociedad, lo que torna relevante pensar en las narrativas elaboradas y proyectadas en el marco de una televisión comunitaria de los trabajadores en Uruguay. Para esto tomamos las ideas, entre otros, de autores como Aníbal Quijano, César Bolaño, David Harvey y Raymond Williams.

Como forma de abordar los temas planteados aquí, definimos trabajar con una metodología en la cual buscamos que nuestras reflexiones teóricas dialoguen, tanto con el discurso de los trabajadores como con las definiciones políticas y reglamentares relacionadas a la comunicación. Entendemos que nuestra investigación adquiere validez en la medida que toma contacto con las experiencias, ideas y reflexiones de los propios involucrados en la puesta en práctica de lo estudiado, en este caso de los trabajadores que conforman el PIT-CNT.

De esta forma, en el segundo capítulo nos referimos al trabajo realizado por la Coalición por una Comunicación Democrática en la definición del texto de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley SCA). Aquí tenemos en cuenta, además, lo definido en la Ley de Radiodifusión Comunitaria, la cual sirve de base para la consideración de parámetros sobre los cuales se funda este tipo de comunicación, extendida ahora al ámbito televisivo. Por otro lado, tomamos la información obtenida en nuestro trabajo de campo con las entrevistas realizadas a los encargados de la elaboración del proyecto de Mi Canal (futuro canal del PIT-CNT) y a uno de los responsables del programa televisivo del Sindicato Único Nacional de la Construcción y Anexos, Replanteo TV.

En el tercer capítulo abordamos los resultados obtenidos a partir del trabajo de campo, propuesto en base a una metodología por la cual definimos realizar un grupo de discusión con integrantes de diferentes sindicatos que conforman el PIT-CNT. En esta instancia trabajamos en base al material de Replanteo TV, objeto de análisis para nuestro estudio, como forma de comprender cómo los propios trabajadores se ven representados en

esas imágenes. En este apartado buscamos dar cuenta de lo surgido a través del intercambio de ideas, en el cual se dialogó acerca de cómo los trabajadores son mostrados en los medios de comunicación actuales, presentando ideas para pensar una futura televisión.

Finalmente en el último capítulo, y teniendo como base lo expresado en el grupo de discusión, nos propusimos realizar un análisis de la narrativa visual elaborada en Replanto TV por el SUNCA. Buscamos pensar aquí qué tipo de narrativa visual es capaz de conducir una experiencia significativa para los trabajadores. Consideramos la importancia de generar medios que establezcan relaciones entre los sujetos y su capacidad transformadora y creativa. De esta forma, reflexionamos en qué medida la narrativa visual televisiva propuesta por los trabajadores aporta elementos para que éstos se reafirmen y se sientan representados. Tomamos aquí el desarrollo de autores como Sánchez Vázquez, quien se refiere a las ideas estéticas de Carlos Marx, y de Santos Netos, quien desarrolla los conceptos de extrañamiento catártico trabajados por Georg Lukács. En relación a la propuesta metodológica de análisis, trabajamos con las ideas de autores como Iluska Coutinho, Martine Joly y Jacques Rancière.

Consideramos que el desarrollo de estos apartados nos permite reflexionar sobre la construcción de una comunicación comunitaria, como experiencia novedosa que busca fortalecer la acción de las organizaciones sociales en la apropiación del espacio público.

2 LA CONSTRUCCIÓN DE LO PÚBLICO EN ESPACIOS DE GESTIÓN COLECTIVA

El presente capítulo tiene como objetivo acercarnos a la comprensión de cómo se ha configurado y se configura hoy el campo de lo público, para entender de qué forma se desarrollan medios de comunicación comunitarios que ocupan este espacio. Con ello buscamos conocer desde qué proyecto cultural se piensan estos medios, y siendo espacios para la gestión de qué actores. Especialmente, al centrar nuestros análisis en el contexto de aprobación de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Uruguay, se cree necesario pensar que el desarrollo de una comunicación pública tiene que ver con determinadas decisiones que configuran formas políticas específicas. Entendemos que estas determinaciones pueden favorecer u obstaculizar el desarrollo de espacios de comunicación comunitaria.

De esta manera, dividimos este apartado para referirnos primero al concepto de lo público entendiendo su vínculo con la concepción de Estado, ámbito privado y espacio comunitario. Tomaremos aquí las ideas desarrolladas por Antonio Gramsci sobre sociedad civil y hegemonía, con la finalidad de que esto contribuya a comprender de qué forma se construye un proyecto cultural desde una comunicación comunitaria. Por otro lado, buscaremos entender la formación de lo comunal, lo individual y lo colectivo en la sociedad actual, partiendo de la idea de que las formas mediante las cuales imaginamos, pensamos, percibimos y generamos experiencia están condicionadas por una configuración de un tiempo y un espacio específico conforme a los valores de una sociedad capitalista. Consideramos que los modos de ver y mostrar también condicionan nuestras maneras de ser y estar en sociedad, por tanto, se torna relevante entender cómo son elaboradas ciertas narrativas en el marco de una televisión comunitaria de los trabajadores en Uruguay.

2.1 SENTIDOS Y SIGNIFICADOS DE LO PÚBLICO

Para comprender los significados y sentidos que se otorga, tanto a la comunicación, como a lo público y comunitario, creemos importante referirnos al caso de Uruguay y su tratamiento específico en relación a estos asuntos. Sabemos que estos son conceptos en disputa, y que si bien Uruguay ha avanzado en la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, aún, al igual que en Brasil, continúa siendo un tema que genera controversias en diferentes ámbitos.

En Uruguay, el Poder Legislativo aprobó el 23 de diciembre de 2014 la Ley 19.307 que regula la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual. El nuevo marco regulativo busca promover el derecho a la libre expresión, al acceso y la producción cultural, así como el derecho de todos los ciudadanos a la información y la comunicación. En este contexto, y con el desarrollo de la televisión digital, el gobierno de este país definió la asignación de señales televisivas para la gestión de tres tipos de operadores: públicos, privados y comunitarios. Se entiende así, el sector público como aquél integrado por órganos gestionados por las instituciones estatales (ministerios, gobiernos nacionales y municipales y demás entidades); por otro lado, el sector privado integrado por asociaciones que persiguen un fin económico; y finalmente el sector comunitario gestionado por organizaciones sociales que no buscan percibir lucro de su actividad.

A través de estas tentativas se pretende una distribución equitativa del espectro radioeléctrico que, como bien público, albergue y equilibre la diversidad de intereses y necesidades de todos los sectores de la sociedad. Al establecer una comunicación sin privilegios se busca dar voz incluso a aquellos que históricamente fueron excluidos de la representación masiva. Dar un orden alternativo al espacio comunicativo, con nuevas reglas y nuevos actores, creando otras palabras, otras imágenes y sentidos que atraviesan otras subjetividades, implica el cuestionamiento de formas arraigadas de pensar y desarrollar la comunicación. Principalmente esto tiene que ver con la posibilidad de ejercer la comunicación como un derecho de todos los individuos, quebrando dicotomías que atan lo público y lo estatal a lo gubernamental, y en ocasiones a intereses privados. Es la oportunidad, además, de desvincular lo cultural al lucro económico (aunque sea en cierta medida), de disminuir el privilegio de aquellos discursos que se presentan como válidos y desacreditan ciertas posturas y visiones, y que confunden, por otro lado, la regulación con la limitación de la libertad editorial.

La posibilidad de participación de las organizaciones sociales, gestionando sus medios de comunicación y teniendo la posibilidad de construir y colocar sus propios sentidos y reivindicaciones, puede verse como una oportunidad para que estos sectores ejerzan y construyan autonomía. La sociedad civil actuando en el ámbito político y en una estructura de Estado compleja, gana protagonismo para hacer jugar, en una práctica sistemática, un proyecto de sociedad que rebate sentidos a otros proyectos existentes. El desarrollo de políticas de comunicación surge como iniciativa para la democratización del espacio público. Este, estando en construcción, es, potencialmente, un espacio de disputa por la hegemonía,

planteando esto en términos gramscianos (Coutinho, 2011).

A través de la lectura de Antonio Gramsci (Coutinho, 2011) podemos comprender que la sociedad actual ha logrado hacer prevalecer un proyecto de sociedad basado en ciertos valores que se han extendido, no sólo a través de la coerción, sino especialmente por medio de la construcción de consensos. Los conceptos de este autor nos permiten entender que la elaboración y difusión de una ideología es la forma de producir y reproducir un orden que despliega estrategias para mantenerse, y en el cual la comunicación es arena para la instalación del consentimiento, así como es también, un espacio para rebatir ideas y construir nuevos valores.

Con la adopción de un sistema de televisión digital, Uruguay ha definido asignar al Plenario Intersindical de Trabajadores-Convención Nacional de Trabajadores (PIT-CNT) una señal para el desarrollo de un canal comunitario. Si comprendemos a los trabajadores organizados ocupando el espacio de la sociedad civil, según el concepto desarrollado por Acanda (2002) a partir de las ideas de Antonio Gramsci, creemos pertinente pensar si el hecho de que las organizaciones sociales tengan la posibilidad de gestionar su propio canal televisivo contribuye a resignificar la participación social, dando espacio para el ejercicio y construcción de autonomía de tales actores. Podríamos así cuestionar si la construcción de un espacio para la comunicación comunitaria contribuye a la creación de nuevas esferas de participación y autonomía. Adhiriendo a la necesidad de construir una comunicación alternativa que aporte a la generación de cambios sociales, creemos pertinente aquí pensar cómo se configura hoy un escenario político a favor o en detrimento de ello.

2.2 ESTADO, ESPACIO PÚBLICO Y ESPACIO PRIVADO

Como forma de abordar las consideraciones planteadas en este trabajo, creemos de utilidad recurrir a lo desarrollado por Jürgen Habermas (2003) en su texto “La transformación estructural de la esfera pública”, de modo de comprender cómo la construcción de lo público se relaciona con una configuración específica de Estado, así como ésta está sujeta a la constitución de la esfera privada.

Habermas (2003) explica que durante la Alta Edad Media la sociedad europea no concebía lo público como espacio propiamente separado de lo privado. El poder feudal, atribuido por linaje y de manera incuestionable, se establecía entendiendo las esferas privada y pública de forma inseparable. En este período histórico lo público se veía debilitado por un poder que se hacía legítimo a través de acciones autoritarias que dificultaban el surgimiento

de cualquier otro orden.

A finales del siglo XVIII, con la expansión de las relaciones de mercado, surgen los Estados nacionales y territoriales, creando formas de autoridad administrativa y burocrática que limitaron la dominación feudal y atribuyeron un nuevo carácter a la esfera de lo público. En la medida que las formas de los Estados se hicieron más complejas, surgieron, a la par, mecanismos de instalación y reproducción del poder no directamente coercitivos.

La burguesía es, según Habermas (2003), la primera clase gobernante cuya fuente de poder surge independiente del control del Estado. La esfera pública burguesa puede ser entendida inicialmente como la esfera de las personas privadas que exigen, con la constitución de leyes generales, respuestas a su necesidad de desarrollo del lucro. El surgimiento de esta esfera estuvo basado en el principio de acceso universal de todos los individuos a los llamados bienes comunes. Sin embargo, la misma constitución y noción de esfera pública, significó la restricción de ésta a una elite instruida y con poder económico. La esfera pública, entonces, desde su gestación, se yuxtapone a la esfera privada, teniendo una actuación política que media, a su vez, con el poder estatal para que éste responda a las necesidades de un grupo social específico.

Estas maneras de establecer relaciones entre las esferas de lo público y lo privado se mantuvieron y consolidaron a lo largo de la historia, adaptándose a las diversas formas que los Estados fueron tomando. Como ejemplo de esto podemos referirnos al caso de los países latinoamericanos, quienes durante parte del siglo XX vivieron un largo período de dictaduras cívico-militares. Las clases dirigentes, bajo la tentativa de frenar manifestaciones revolucionarias de izquierda, en un contexto internacional en ebullición, quebraron las formas democráticas para instaurar Estados autoritarios que limitaron los derechos de su población. Con la reinstalación del poder constitucional, el conjunto de instituciones autónomas se consolidaron como órganos de representación, y comenzaron a establecerse así nuevas formas políticas. En este período las relaciones de mercado y las privatizaciones se vieron fortalecidas por decisiones gubernamentales que hicieron surgir, por un lado, formas de asociación privadas en empresas, y por otro, formas privadas sociales, que bajo el descreimiento de transformaciones políticas, surgían como alternativas al control estatal y a las formas de liberalismo en la economía (Acanda, 2002).

En la última década, en el marco de los últimos gobiernos democráticos, y a partir de diferentes decisiones políticas, se ha resignificado en la región latinoamericana la participación social, concediendo espacio para el ejercicio y la construcción de autonomía en ciertos sectores (Quijano, 2014). Han emergido, paralelamente al poder institucionalizado,

nuevas alternativas de participación. La búsqueda de soluciones concretas a través de afirmaciones locales, han sido tentativas por construir respuestas propias frente a necesidades sentidas. Esto ha puesto en duda las soluciones dadas hasta el momento, haciendo necesario el encuentro de alternativas. En este sentido, puede considerarse la existencia de diversas expresiones de las organizaciones sociales como manifestaciones que buscan combatir antiguas condiciones de dominación -colonial, étnica, de clase, de género- aún presentes en la sociedad actual. Podemos decir que estas expresiones se configuran potencialmente como formas de contestar un orden establecido (Renna, 2014).

Las variadas experiencias militantes que procuran establecer formas más democráticas para la definición de los espacios de comunicación, proponiendo reorganizar la asignación de medios y estableciendo nuevos marcos regulativos para la instalación de nuevos sentidos, muestran cómo la sociedad organizada busca hoy, en las diferentes negociaciones, un lugar con mayor protagonismo. Podemos entender este hecho como algo no menor si pensamos que estas definiciones pretenden tener incidencia sobre temas complejos que generan posiciones opuestas, al querer establecer las bases sobre las cuales se asienta la comunicación y las formas como se estructuran los medios de comunicación en una sociedad.

En este sentido, las estructuras autoritarias y burocráticas parecen ceder espacio a iniciativas que buscan quebrar las formas centralizadoras de Estado, no sin evidenciar contradicciones en la pretensión por establecer nuevos parámetros de participación e inclusión. De cualquier forma, debemos entender que actualmente, según la lectura que hacía Acanda para un contexto del año 2002, pero vigente a nuestro tiempo, existe una continua aplicación de políticas neoliberales. Esto significa la resistencia de una elite fortalecida, en una permanente imbricada de intereses que reduce el potencial de alternativas que se proponen materializar formas sociales democráticas (Acanda, 2002).

Aníbal Quijano (2014) entiende que la sociedad en la actualidad está configurada fuertemente por dos formas constituidas en lo privado-capitalista y en lo estatal-capitalista. Estos dos tipos de relaciones buscan, a través de diferentes estrategias, un mismo objetivo: controlar el capital y obtener poder político económico.

Lo privado capitalista, o más generalmente lo privado mercantil, implica un interés opuesto a los del conjunto de la sociedad, de modo que no puede ser compatible con la equidad, la solidaridad, la libertad o una democracia que esté constituida de esos elementos, sino hasta el límite del interés privado. Lo estatal o lo público de ese privado son, exactamente, la expresión de esa limitada compatibilidad: emerge y se impone, precisamente, cuando la lógica última de la dominación está en peligro. (Quijano, 2014, p. 717)

Según Quijano (2014), ciertas experiencias en América Latina permiten surgir otra forma de lo privado, que él entiende como lo privado-social. Para este autor estas experiencias surgidas en el ámbito social no deben ser entendidas como aisladas, aleatorias o transitorias, sino como prácticas que se afianzan siendo asumidas para muchos sectores de la sociedad como alternativas que se expanden para señalar el surgimiento de nuevas subjetividades. En este sentido, lo privado-social tiende a generar su esfera institucional pública.

Lo que es, sin embargo, sorprendente, es que aún bajo esas condiciones, las prácticas y las instituciones del nuevo privado-social y de sus instituciones públicas -no-estatales, existen, se reproducen, aumentan de número y de tipo, y se van convirtiendo en una nueva y vasta red de organización de una nueva "sociedad civil". (Quijano, 2014, p. 720)

La complejización de los Estados, a partir del siglo XX, determinó que la relación directa que existía entre las esferas económica y política pasase a estar mediada por la construcción y afianzamiento de una esfera donde actúa la sociedad civil. Entendemos que la construcción de una esfera privada separada del Estado surge de una necesidad de la burguesía por preservarse y afianzarse como clase dirigente. Su vínculo con el espacio público estatal se construye bajo la pretensión de que éste se preste para el desarrollo de sus necesidades, sin ser un obstáculo para su expansión. La creación de un Estado de derecho, controlado por la sociedad para que éste no exceda su función de guardián de las libertades individuales, funciona como instrumento legítimo para garantizar un orden que se presenta como natural al desarrollo de las relaciones económicas capitalistas (Habermas, 2003).

De esta forma, se separa y construye un ámbito de la sociedad civil con sentido privado (Acanda, 2002). Desde esta concepción de espacio privado, la sociedad civil se configura también en defensa de los intereses de un grupo restringido, y no construye, por tanto, necesariamente sentido comunal. Es teniendo en cuenta estos elementos que queremos pensar aquí la posibilidad de una configuración de la esfera pública como espacio donde actúa la sociedad civil en términos comunes, de forma inclusiva y no limitada por un control del capital financiero.

Como lo explicábamos, las iniciativas de la sociedad civil no necesariamente implican la generación de valores de igualdad, pero sí pueden pensarse como espacios donde éstos, potencialmente, son desarrollados. En este sentido, y en referencia a nuestro objeto de estudio, es que debemos pensar cómo se desarrolla un espacio de comunicación comunitaria en el ámbito de las organizaciones sociales, siendo que éste es potencialmente un medio de expresión de los intereses de los trabajadores sindicalizados.

Es preciso, a través de las presentes líneas de análisis, cuestionar de qué forma se

crea una esfera pública que defiende valores de comunidad, buscando comprender, además, si son los trabajadores organizados capaces de generarlos. Por otro lado, nos surge pensar en la importancia de la constitución de una sociedad civil movilizadora en la promoción de transformaciones sociales; una sociedad civil que se desmasifica, se corporiza y gana visibilidad en la medida que reconoce su fuerza en vínculo con la existencia de la sociedad política.

2.3 COMUNICACIÓN Y PODER SIMBÓLICO

Antonio Gramsci entiende el Estado conformado por una sociedad política configurada por los aparatos administrativos, represivos y burocráticos, y una sociedad civil constituida por aparatos privados de hegemonía, siendo éstos organizaciones e instituciones políticas, educativas, jurídicas, comunicacionales, culturales y religiosas (Semeraro, 1999). Estas dos esferas están íntimamente ligadas y una depende de la otra. Para Gramsci la sociedad civil es el lugar donde se decide la hegemonía, donde se conforma el proyecto de sociedad y es elaborada y difundida la ideología. Es en el ámbito de la sociedad civil donde se legitiman los valores que dan forma a un tipo de sociedad determinada, y es en este campo donde son rebatidas y negociadas las particularidades políticas, culturales y económicas.

De esta forma, podemos decir que una clase logra su supremacía sobre otra, no sólo por medio de la coerción y la dominación, sino que a través de conciliar su dirección intelectual y moral. Debe ser distinguido, entonces, el concepto de dominación del de hegemonía, “el dominio se expresa en formas directamente políticas y en tiempos de crisis por medio de una coerción directa o efectiva. Sin embargo, la situación más habitual es un complejo entrelazamiento de fuerzas políticas, sociales y culturales” (Williams, 2000, p. 129). Es decir, la hegemonía no se da como forma de dominación directa, estable y definitiva, sino que se mantiene siendo continuamente recreada y defendida.

Siguiendo estas ideas podemos entender el término hegemonía como un vívido sistema de significados y valores activos que se materializan continuamente, a través de acciones, decisiones y formaciones de las instituciones que le dan cuerpo a la ideología. Las instituciones como la familia, la educación, el trabajo, así como las manifestaciones del lenguaje y el arte, actúan como un complejo sistema de expresión de valores de una sociedad, entrelazando fuerzas políticas y culturales. Es por esto importante pensar en los medios de comunicación también como ámbito donde se expresa y establece consenso.

La situación social en la cual se prima el monopolio privado de los medios de

comunicación consigue legitimar un discurso hegemónico diluyendo las contradicciones estructurales de clase y conciliando intereses opuestos a través de cierta articulación (Bolaño, 2013). En este sentido, cobra importancia concebir el ámbito de la comunicación como un espacio mediante el cual se genera y reproduce poder simbólico (Thompson, 1998). Es pertinente pensar la comunicación como un espacio de disputa por el sentido, lugar propicio donde emergen, se instalan y reproducen las formas arraigadas de la cultura, y se sedimentan ideologías, al mismo tiempo que éstas pueden ser discutidas. Si entendemos a los medios de comunicación, entonces, como espacios donde se fabrica consenso, y si consideramos su constitución en un proceso activo, éstos pueden verse como espacios donde se crean formas subjetivas con potencialidad crítica que deconstruyan aceptaciones pasivas de un orden presente en la sociedad actual.

Los esfuerzos de las organizaciones por configurar modos sociales más democráticos, considerando la existencia de espacios de comunicación que promuevan la libertad de expresión, se han dado tras una batalla de ideas y una lucha por establecer nuevas formas de relaciones culturales. El trabajo intelectual y político de pensar la creación de una Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Uruguay ha significado una reflexión acerca de las necesidades sociales, más allá de los sentidos que ha impuesto el monopolio o el oligopolio de los medios de comunicación⁴. La exclusión a ciertos sectores en la participación de definiciones políticas implica limitar la construcción de lo social. Por mucho tiempo los discursos de las organizaciones sociales han quedado, a través de prácticas de comunicación en los medios tradicionales, excluidos de la escena pública. En muchos casos los discursos dominantes los han absorbido como representaciones para sí, resignificándolos y anulando su poder de rebatir sentido.

En cuanto a esto, es importante considerar los conceptos y distinciones realizadas por Raymond Williams en relación a lo que éste entiende como cultura residual y cultura dominante. Queremos entender en qué medida las organizaciones sociales pueden construir

⁴En cuanto a estas consideraciones es posible establecer una relación con la realidad brasilera. Así como otros países de América Latina, el sistema de comunicación de Brasil también está marcado por un desarrollo comercial de las emisoras de radio y televisión, así como de concentración de los medios en manos de pocas empresas. Las televisoras públicas estuvieron marcadas históricamente por la confusión entre su función pública y gubernamental, ya que estaban vinculados a gobiernos estatales y municipales. Como forma de dar respuesta a esta realidad fue creada en 2007 TV Brasil, una emisora pública nacional que, a pesar de también estar vinculada al gobierno federal, presenta organismos de fiscalización internos que garantizan cierto grado de autonomía. De cualquier forma y a pesar de estos avances, la democratización de los medios de comunicación y la creación de marcos regulativos, aún continúa siendo discutido en Brasil. Es de destacar la actuación de organizaciones sociales, entre ellas Intervezes -Coletivo Brasil de Comunicação Social- y FNDC - Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação-, ocupadas por aportar elementos a la discusiones sobre la democratización de la comunicación y plantear posibles caminos para el establecimiento de marcos regulativos.

discursos propios colocando de manera autónoma sus pareceres, cuando, como lo explica el autor,

Un elemento cultural residual se halla normalmente a cierta distancia de la cultura dominante efectiva, pero una parte de él, alguna versión de él -y especialmente si el residuo proviene de un área fundamental del pasado- en la mayoría de los casos habrá de ser incorporada si la cultura dominante efectiva ha de manifestar algún sentido en estas áreas. Por otra parte, en ciertos momentos la cultura dominante no puede permitir una experiencia y una práctica residual excesiva fuera de su esfera de acción, al menos sin que ello implique algún riesgo. Es en la incorporación de lo activamente residual -a través de la reinterpretación, la disolución, la proyección, la inclusión y la exclusión discriminada- como el trabajo de la tradición selectiva se torna especialmente evidente. (Williams, 2000, p. 144)

Es decir, a través de una práctica activa se ha optado por dar visibilidad y construir como público ciertos aspectos del discurso de las organizaciones, aunque adaptándolos a las necesidades y expectativas de una cultura hegemónica. En la medida que las organizaciones sociales crean sus propios medios de comunicación podrán construir nuevas visibilidades, pudiendo así contribuir para el surgimiento de distintas perspectivas y formas de dar sentido a la organización de la sociedad.

La gestión de un canal de televisión por parte de los trabajadores organizados, y entendiendo la trascendencia que este medio tiene para la expresión y construcción de representación social, puede verse en su potencialidad por configurar un espacio de defensa y ampliación de lo que se entiende como público. La participación de las organizaciones sociales, en este espacio, puede favorecer al empoderamiento de estos sujetos, siendo significativo el hecho de que exista un mayor número de personas involucradas en las decisiones sobre qué comunicar a nivel masivo y sobre qué valores colocar en tales expresiones. Es importante pensar que las organizaciones sociales, al contar con sus propios medios, pueden ser capaces de dar voz a aquellos discursos sobre los cuales se le ha negado identificación a la sociedad en general.

Creemos pertinente identificar qué ocurre en el caso de un canal gestionado por el PIT-CNT, para comprender de qué manera éste contempla una apertura de voces que constituya un medio de comunicación para los trabajadores. Debemos considerar en este análisis el momento de planificación previa a la salida al aire, en el cual se encuentra esta organización. Justamente por estar en esta etapa, creemos necesario buscar entender cómo los trabajadores se preparan para cumplir sus objetivos como canal comunitario.

Así como lo expresa Jorge Luis Acanda (2002), profesor licenciado en historia y especializado en filosofía por la Universidad de La Habana, todo modo social de producción de la realidad es un modo social de apropiación de ella, y por tanto de autoreproducción del

individuo. Según esta idea debemos resaltar la importancia en la creación de un proyecto de televisión público y comunitario que tiene como foco ser un canal de expresión de los trabajadores que se crea siendo un canal de construcción de ideas, de expectativas y proyecciones para estos sujetos. Nos estamos refiriendo aquí a una concepción de la comunicación como constructora de poder simbólico (Thompson, 1998), en el cual los individuos producen y consumen formas simbólicas que traducen acontecimientos y formas específicas de estar en sociedad. Desde esta perspectiva los medios de comunicación pueden funcionar potenciando una participación política, una vez que consiguen que los sujetos involucrados en la comunicación tengan protagonismo en la producción e intercambio de ese simbólico.

2.4 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CONFORMACIÓN DE LA ESFERA PÚBLICA

La constitución de una esfera pública de carácter burgués, aunque proyectada con la pretensión de ser un espacio de creación de democracia, acaba favoreciendo, sobre un criterio de formación cultural y por el sentido de propiedad privada, la exclusión de ciertos intereses en detrimento de otros. Así como lo explica César Bolaño (2013), debe reconocerse que la creación de la esfera pública se ha configurado en base a una determinación de las lógicas del capital, extendidas éstas, a partir del siglo XX, a todas las esferas de interacción social. Según este autor, quien realiza una lectura en base a una perspectiva de la Economía Política de la Comunicación,

Lo que vivimos hoy es una nueva reestructuración de la esfera pública, que retoma el carácter excluyente y crítico de la esfera pública burguesa clásica, manteniendo y profundizando, para la mayoría de la población mundial, el paradigma de la cultura de masas y del Estado nacional (Bolaño, 2013, p. 297).

Dentro de la misma lógica, los medios de comunicación cumplen un rol destacado en la acumulación del capital, creando productos con valor de mercancía. La creación de monopolios y oligopolios, favorecidos por el desarrollo de diferentes políticas públicas, ha estado justificada históricamente por una necesidad de control sobre “la creación y el mantenimiento de los canales por donde circulan las diferentes formas de capital e información” (Bolaño, 2013, p.75). Al modo de vida capitalista no le basta producirse materialmente, sino que posee la necesidad de establecerse en su orden ritual y moral, sirviéndose de los medios de comunicación como formas de expresión y reproducción de su

ideología. Como forma de mantener este orden se han establecido prácticas que esterilizan la capacidad crítica que la esfera pública posee potencialmente.

Siguiendo lo desarrollado por Bolaño (2013), el sistema capitalista se construye en base a estrategias de exclusión y por acciones que promueven la desigualdad, generando formas que enmascaran las diferencias y contradicciones de clase. A través de acciones que en apariencia promueven la participación de todos los sectores de la sociedad, se suprimen en realidad los conflictos y las problemáticas que el sistema acarrea para un sector amplio de la sociedad.

En este sentido, podríamos cuestionar en qué medida una televisión creada por los trabajadores organizados puede contribuir a colocar en cuestión la contradicción de clase, que rompa el consenso y que genere caminos hacia la discusión de una nueva hegemonía. Lo que parece ser evidente es que no se trata solamente de contar con políticas públicas que reglamenten los medios de comunicación, si éstos no contribuyen a repensar las lógicas mediante las cuales los medios son configurados históricamente, encubriendo la existencia evidente de desigualdades y desajustes en cuanto al acceso de derechos sociales fundamentales. Así como lo expresa Bolaño “cuando mayor es el número de los capitales individuales o de las instituciones pública que participan del monopolio de la información, más se refuerza la apariencia de igualdad” (Bolaño, 2013, p.70).

En la actual etapa de desarrollo del capitalismo, en la cual se prima el consumo sobre la creación autónoma de productos y necesidades, cobra real importancia el hecho de que las organizaciones sociales creen sus propios contenidos a través de una estética que responda a sus particularidades. Es decir, que la nueva configuración del espacio comunicacional, no debe solamente garantizar el acceso a los medios y circuitos de distribución, y claro que esto es fundamental, pero, especialmente las organizaciones precisan crear significados propios. Parte de lo que buscamos dilucidar en el presente trabajo es si las organizaciones sociales son capaces de crear narrativas que se presenten de forma alternativa y que rebatan sentido a las representaciones reproducidas en los medios de comunicación tradicionales.

La comunicación de masas dirigida a un público tan genérico que no define las diferencias de clases, sino que por el contrario tiende a homogenizar individuos con necesidades y expectativas muy diferentes, no contribuye a destacar las contradicciones, hecho que daría la posibilidad de visualizarlas para poder actuar sobre ellas. Para que una comunicación de los trabajadores actúe en este sentido, debe plantearse como objetivo quebrar la lógica capitalista presente en el desenvolvimiento de los medios de comunicación.

Para ello, sería preciso que las organizaciones sociales hagan valer sus intereses para desmarcarlos de posturas dominantes, de modo de afirmar que éstas no responden a sus necesidades. En cuanto a esto es importante reconocer que,

La industria cultural reelabora la cultura popular y la transforma en cultura de masas, la cual, a su vez, disuelve y subordina todas las formas de cultura de clase, desde el folclore hasta la cultura erudita, que pasan a organizarse como culturas de resistencia con relación a ella. Esa cultura de masa, cuyo paradigma es la cultura generalista, se desarrolla respondiendo a necesidades planteadas por el propio modo de producción capitalista, de la forma como él se estructura a lo largo del siglo XX. (Bolaño, 2013, p.297)

Siguiendo esta idea, es pertinente resaltar la necesidad de desarrollar acciones en la comunicación que garanticen la existencia de un espacio para la instalación de narrativas que se posicionen, no como productos generalistas de consumo masivo, sino que estableciendo distinciones e identificaciones de la especificidad de quienes los elaboran y reciben.

El nuevo modo de regulación en Uruguay parece despertar la posibilidad para que las organizaciones sociales asuman la construcción de su autonomía, considerando la potencialidad de crear lo público como espacio donde se ejerza la democracia y la igualdad entre los individuos. Para esto parece ser importante generar formas de expresión que disputen sentido a aquellas configuraciones de los medios de comunicación que representan a un grupo restringido de la sociedad. Creemos que una reestructura del sistema comunicacional exige un nuevo modo de regulación sobre el cual debe buscarse la consolidación de un nuevo patrón de desarrollo.

2.5 ESPACIO COMUNAL

A través de la lectura de Acanda (2002) entendemos que en la sociedad antigua lo comunal y lo individual se presentaban como dos esferas de la vida estrechamente ligadas y dependientes una de la otra. La comunidad actuaba como soporte que daba sentido a lo individual. La vida en colectivo mediaba y determinaba a los individuos que no se reconocían como sujetos privados, sino que se mantenían condicionados por un accionar colectivo. La revolución industrial y el ascenso de la burguesía como clase dominante determinaron el surgimiento de una sociedad occidental caracterizada por un proceso de individuación que se profundiza en la medida que el capitalismo se consolida durante el siglo XX y nuestra contemporaneidad. La modernidad creó un proyecto de sociedad basado en una racionalidad que buscó desvincular a los individuos de un poder trascendental para conformar seres

independientes que deciden sobre sí. En la medida que las relaciones sociales comienzan a estar mediadas por el sentido de la propiedad, los individuos se objetivan a sí mismos como dueños de bienes materiales, teniendo que buscar formas para preservarlos (Acanda, 2002).

En este esquema, el Estado entiende también a los individuos como propietarios a quienes debe garantizar el derecho, tanto de hacerse de esos valores, como de conservarlos. El desarrollo del liberalismo, bajo esta concepción, piensa su política teniendo a los individuos como centro y punto de partida para la conformación de lo social. Descartada una fundamentación sacra del poder, la racionalidad y legitimación del orden social se centra en la terrenal relación que existe entre el individuo y sus actividades e intereses particulares. Así como lo explica Jorge Luis Acanda (2002),

Para abrir paso al nuevo orden que implantaría la modernidad, era necesaria una inversión de la relación entre individuo y sociedad, tal y como resultaba definida en la tradición. La modernidad se presentó como antítesis de la sociedad antigua, entendida como una sociedad “holística”, en la que primaba un orden que intentaba legitimarse pretendiendo un carácter de objetividad, previa al propio individuo. El liberalismo tenía que provocar un giro en la representación ideal de lo social, que consistía en llegar a pensar todo el problema de la existencia social a partir del individuo. Lo colocó como un *a priori* respecto a la sociedad, sujeto de la representación y del orden, productor del saber y del sistema político-jurídico que regirá su vida en sociedad. (Acanda, 2002, p. 101)

Esta forma de dar sentido al orden social, a partir de intereses individuales, defendidos éstos en una estructura particular de Estado, es acentuada con el establecimiento del neoliberalismo, desarrollado como forma de producción económica predominante (Acanda, 2002). Partiendo de estas bases, sobre las cuales se construyen valores en las presentes sociedades occidentales, consideramos pertinente reflexionar cómo se entiende y da sentido a lo comunal.

En un momento donde determinadas definiciones políticas, ya sea a través de la aprobación de reglamentaciones o desde acciones de la sociedad civil, promueven la instalación de medios de comunicación comunitarios, se hace necesario buscar comprender la conformación de experiencias donde lo primordial en su organización es el valor de lo colectivo. Las iniciativas que surgen como forma de contar con espacios de comunicación que sean de la comunidad, se desarrollan desde la tentativa de construir espacios de gestión colectiva que legitimen y produzcan acciones comunales y no solamente individuales.

Es preciso considerar que las formas complejas de Estado dan lugar a la constitución de una sociedad civil que se posiciona como espacio privilegiado en la lucha de clases y en la disputa por la hegemonía (Semeraro, 1999). Las formas políticas actuales dan lugar a la conformación de espacios donde ciertos sectores de la sociedad se organizan para

quebrar estructuras autoritarias arraigadas, y conseguir así empoderarse como sujetos que combaten los privilegios de una clase social sobre otra (Semeraro, 1999). Las acciones desde la sociedad civil y desde el Estado que abren espacios de participación, ampliando la incidencia de determinados actores sociales en las definiciones políticas, contribuyen a establecer un mayor equilibrio de fuerzas entre las necesidades colectivas e intereses particulares.

Como lo explicábamos antes en este trabajo, ciertas iniciativas políticas en América Latina en los últimos años, han fortalecido la generación de espacios de participación social que conforman lo que podemos denominar como sociedad civil. La sociedad civil, así como lo entiende Antonio Gramsci (Coutinho, 2011), constituyente del Estado ampliado, se establece como espacio de difusión y elaboración de ideología, es decir, siendo creadora de los valores simbólicos de la sociedad (Semeraro, 1999). Es a través de la ideología que un sistema coherente de ideas y principios se establece y afianza, dando significado a las representaciones colectivas. La elaboración discursiva que da expresión a la ideología es la que permite establecer organicidad a una conformación social heterogénea. Es por medio de la construcción de la ideología que son pautadas formas de interacción social, así como los modos a través de los cuales los individuos se imaginan a sí mismos como sujetos y como pertenecientes a determinado ámbito social (Acanda, 2002).

Si seguimos los conceptos de Antonio Gramsci, quien comprende un Estado conformado por una sociedad civil, espacio donde se consigue el consenso activo de los sujetos, y una sociedad política, con el monopolio legal de la coerción y la dominación (Semeraro, 1999), podemos entender la conformación y sostenimiento de espacios comunitarios en el ámbito de la sociedad organizada, lugar donde se crea y reproduce ideología. La sociedad civil para Gramsci (Coutinho, 2011) es el lugar donde se decide la hegemonía, donde se confrontan diversos proyectos de sociedad que luchan por imponerse como valores generales para toda una sociedad. La dirección política de una sociedad se logra, para este autor, a través de una dirección que se legitima en el campo de lo intelectual y moral. Es entonces que, para conseguir su supremacía, una clase debe actuar en el ámbito donde se elabora y puede ser difundida la ideología; y es por esto necesario que se establezca un consenso activo en los espacios de participación social, de forma que el orden propuesto por una determinada clase sea sostenido.

Las acciones políticas de una determinada forma de Estado son, entonces, permanentemente negociadas. En la medida que surgen espacios donde prima la organización y los intereses colectivos, y una vez que estos se amplían siendo discutidos y proyectados

como lugares para la acción comunitaria, las estrategias de una clase que busca establecer y generalizar el consenso deben también ampliarse. Las formas colectivas que una sociedad propone como manera de instrumentar su política, pueden, potencialmente, generar acciones donde el poder impuesto sea revisto. Los espacios de participación de la sociedad civil deben ser entendidos como lugares donde pueden generarse controversias ideológicas, donde las diferentes formas de entender el orden social se contraponen, así como se oponen y confrontan valores e intereses. A su vez estos espacios son lugares donde se constituye diálogo, consenso y aceptación de un orden social predominante.

La promoción de espacios de participación comunitarios puede verse como una tentativa por construir autonomía en aquellos sectores de la sociedad que se apropian de ellos. Una vez que se crean espacios donde prima en su organización el valor de lo comunitario, puede producirse la identificación de unos individuos con otros que se reconocen en el intercambio que la misma constitución de estos espacios produce. Es en esos lugares donde el encuentro promueve el reconocimiento de subjetividades insertas en un colectivo que comparte una misma construcción histórica, muchas veces excluidas de las narrativas masivas hegemónicas en el escenario audiovisual latinoamericano.

Los espacios comunitarios pueden verse como decisivos para el desarrollo de las potencialidades subjetivas y sociales, en la medida que aportan a la construcción de nuevas perspectivas de individuación. Éstos buscan ser lugares de creación de sentidos y no de aceptación pasiva. La potencialidad de lo comunitario está en la búsqueda por el fomento de individuos activos de los cuales depende el producir y sostener las acciones colectivas propuestas. Lo colectivo puede ser potenciador, no de sujetos indiferentes, sino que creativos y manifestantes de su propia iniciativa como individuos y como pertenecientes a una comunidad.

Así como lo entiende Cicilia Peruzzo,

O meio comunitário contribui para melhorar as condições de vida e de conhecimento das pessoas por meio da conscientização e promoção dos direitos humanos, favorece o exercício da cidadania ao abrir espaço para difundir a voz do cidadão e possibilitar que este participe ativamente das demais fases do processo comunicativo, como dos próprios planos de produção e difusão de conteúdos e da gestão do meio. (Peruzzo, 2013, p. 174-175)

Entendemos aquí, así como lo explica Antonio Gramsci (Coutinho, 2011) desde su concepto de Estado Ampliado, la estructura social constituida por una sociedad política, encargada de la dominación y la coerción, y una sociedad civil en cuyo ámbito se produce dirección y consenso, ambas esferas estando en vínculo e interacción. Comprendemos que la

dominación se articula con las formas de dirección que la sociedad propone, así como la coerción es articulada con el consenso. La hegemonía para Gramsci, entonces, supone una articulación permanente entre la dirección y el consenso, es decir, la hegemonía es aquello que da al proyecto de sociedad carácter de dirección, al mismo tiempo que brinda a éste su materialidad. Una sociedad política articulada con los propósitos de la sociedad civil logra su equilibrio porque consigue atribuir legitimidad al proyecto de sociedad construido y reproducido.

El espacio de la sociedad civil es un espacio en disputa. En la medida que una forma de sociedad específica suponga la exclusión al acceso a bienes y derechos y la postergación de ciertos sectores de la sociedad, existirá un conflicto de intereses. El equilibrio que mantiene la supremacía de un orden social sobre otro, se sostiene a través de mecanismos que lo actualizan constantemente. Este equilibrio puede ser mayor o menor, según grado de aceptación que existe sobre ese orden propuesto. Esto implica también la existencia de contradicciones y conflictos que establecen una correlación de fuerzas que hacen que exista en la sociedad un proyecto determinado y no otro.

El espacio de la sociedad civil, entonces, alimenta un modelo de sociedad hegemónico determinado, y es por esto que no puede decirse que en este ámbito se pueda construir necesariamente un proyecto social contra-hegemónico. La sociedad civil para Gramsci es dinámica, capaz de combinar grupos sociales diferentes con intereses distintos, los cuales buscan legitimar también las formas actuales de Estado.

En la medida que el Estado (Estado Ampliado) permite colocar en disputa los proyectos de sociedad porque da lugar a la existencia de espacios de construcción de autonomía, donde se logra un protagonismo activo y consciente de la sociedad civil, podremos pensar en la generación de una contra-hegemonía. La construcción de la hegemonía supone la ocupación de los espacios de la sociedad civil y en la promoción de los espacios colectivos es donde pueden crearse protagonistas que potencialmente podrán ser dirigentes de su propia historia, si se permiten reconocerse como sujetos que actúan sobre su realidad.

Para Gramsci,

É preciso perder o hábito e deixar de conceber a cultura como saber enciclopédico, no qual o homem é visto apenas sob a forma de um recipiente a encher e entupir de dados empíricos, de fatos brutos e desconexos, que ele depois deverá classificar em seu cérebro como nas colunas de um dicionário, para poder em seguida, em cada ocasião concreta, responder aos vários estímulos do mundo exterior. Essa forma de cultura é realmente prejudicial, sobretudo para o proletariado. (Coutinho, 2011, p. 53)

En su texto *Socialismo y Cultura Gramsci* (Coutinho, 2011) manifiesta la importancia de reconocer en el encuentro con otros, las propias capacidades individuales y el propio valor histórico que lo colectivo tiene. Para el autor este proceso de reconocimiento no es espontáneo, sino que supone un trabajo crítico de individuos que actúan como sujetos activos en la construcción de su cultura. Esto no puede producirse por medio de un agregado de individuos indiferentes, que como lo expresa Gramsci (Coutinho, 2011) resuelven por sí mismos sus propios problemas económicos y políticos, día a día, hora a hora, sin vínculos de solidaridad con aquellos que comparten su misma condición. Una participación activa en el desarrollo de la cultura es lo que permite a los individuos reconocerse, así como diferenciarse de aquello que no les pertenece, como forma de oponer sus identificaciones. Es así, en el desarrollo colectivo, que los individuos se identifican y obtienen herramientas que les permite pensar sus necesidades y actuar sobre ellas.

El desarrollo de la comunicación en los espacios comunitarios puede ser reconocida como un instrumento para esa construcción activa de la cultura propuesta por Gramsci. La comunicación vista no sólo como modo de expresión, sino siendo constructora de ideas y experiencia, es capaz de evidenciar ese entrelazamiento de fuerzas, esas mediaciones que hacen a la construcción de la hegemonía. En la medida que se crean vínculos culturales que permiten construir modos de acción, los individuos practican su capacidad por hacer valer en el campo de la cultura sus propias posiciones y decidir sobre su conformidad, o no, a los órdenes sociales hegemónicos.

Lo comunitario parece presentarse como una posibilidad para una construcción colectiva que fomenta el establecimiento de lazos sociales. Sin embargo, creemos que debemos reflexionar en este trabajo, si el valor de lo comunitario puede darse y perpetuarse en un contexto social pautado, así como lo expresa David Harvey (1990) por la fragmentación y un tiempo instantáneo, donde prima la novedad y lo desechable. Queremos preguntarnos aquí, de qué manera se desarrolla lo colectivo-comunitario, cuando priman valores en los cuales los individuos son receptáculos de cultura. Considerando que debemos pensar en el valor de los espacios comunitarios que promuevan la capacidad crítica de los individuos, creemos pertinente cuestionarnos cómo las condiciones sociales actuales favorecen u obstaculizan su desarrollo.

2.6 LO COLECTIVO FRENTE A LO INSTANTÁNEO

A lo largo de las diferentes épocas la relación capital-trabajo ha tomado diversas formas, estando éstas marcadas por las particularidades que la actividad humana toma en cada tiempo. Según como lo explica David Harvey (1990), el pasaje de un modo de producción fordista a una acumulación flexible, presente como manifestación de la modernización capitalista, determinó la aceleración del ritmo de los procesos económicos, y por lo tanto de la vida social.

El sistema capitalista actual está sostenido por la tentativa de extraer del tiempo de trabajo el mayor porcentaje posible de plusvalía. La ganancia está fundamentada en la explotación al máximo del tiempo de trabajo, lo que implica efectivizar cada minuto. El presente sistema, como forma de sostenerse, ha acelerado la producción de bienes al ritmo de un mercado que produce incesantemente productos de consumo y desecho. Los individuos son llevados, consecuentemente, a tener que tratar con lo desechable, con la novedad y con la perspectiva de la obsolescencia instantánea (Harvey, 1990). La forma de producción y consumo, elegidas por las sociedades actuales, ha determinado los modos, no sólo como éstas se solventan y sostienen económicamente, sino que también ha condicionado los modos como los individuos interaccionan en este contexto. El orden social hegemónico es capaz de sostenerse a partir de lograr su expresión en cada ámbito social, tanto económico y político, como cultural.

Así como lo explica Luciano Gruppi (2000), a partir de desenvolver las ideas de Antonio Gramsci, una clase hegemónica existe y se desarrolla gracias a su capacidad por unificar bajo un mismo orden social un conjunto de fuerzas no homogéneas. Una clase dominante y dirigente es capaz de mantener su hegemonía a través de sostener una ideología determinada, presentándola como la expresión de los intereses de toda una sociedad. Esto, así presentado, dificulta visualizar la existencia de contradicciones de clase. La unificación de estas contradicciones se hace posible porque existe una articulación, lograda en acciones sistemáticas y en un ejercicio constante de mantenimiento de esa ideología. Las acciones políticas, económicas y culturales se traducen en un ejercicio permanente que busca diluir la existencia de la contradicción y cualquier conflicto que suponga la desestabilización de ese orden estratégicamente mantenido.

Para David Harvey “la hegemonía ideológica y política en cualquier sociedad depende de la capacidad de controlar el contexto material de la experiencia personal y social” (1990, p. 252). En una tentativa por expandir sus valores, y entendiendo adecuado para poder

sostenerse y reproducirse, la sociedad capitalista ha acelerado los ritmos de producción y consumo, y con esto ha condicionado el desarrollo de las experiencias individuales y colectivas. Estas formas de significar el tiempo y el espacio, son maneras de conformar un marco simbólico mediante el cual los individuos comprenden y desarrollan su lugar dentro de la sociedad. El contexto actual, enmarcado en un tiempo acelerado, instantáneo y en un espacio fragmentado, determina los modos a través de los cuales una sociedad se imagina, se piensa y percibe, tanto individual como colectivamente. La creación de un tiempo dividido y cronometrado por un lado, y la construcción de un espacio fragmentado por otro, dados por una necesidad de funcionalidad a los modos productivos de la actual sociedad, no es, según como lo explica Harvey (1990) casual o aleatoria, sino que buscada y deseada. La gestión del espacio y el tiempo actual, como lo expresa este autor, como forma de adaptarse a las estrategias del sistema, ha impuesto esquemas duraderos de percepción, pensamiento y acción.

El desenvolvimiento tecnológico, especialmente en los últimos años, ha marcado una dinámica social basada en la aceleración y la espontaneidad. La conexión a nivel global ha determinado la percepción sobre un tiempo que se presenta volátil y un espacio que aparece fragmentado. En un contexto donde lo regional y nacional se piensan conjuntamente con lo global, la sociedad descentra sus referencias vinculadas a un lugar y un espacio determinado, para situar su identificación en un contexto global. El tránsito físico y virtual que facilita el andar territorios y culturas, antes ajenos y ahora familiares, descentra las representaciones de una sociedad que se establecen hoy siendo múltiples, inconstantes, y por tanto susceptibles de ser modificadas y re-elaboradas.

En este contexto, y en un momento que se plantea la construcción de espacios colectivos comunitarios, podríamos cuestionar si esto supone, o puede suponer, la creación de otro ritmo del tiempo y una nueva configuración del espacio. Considerando el objeto de la presente investigación, focalizado en el estudio del desarrollo de un canal televisivo por parte del PIT-CNT, podríamos trasladar esta pregunta a nuestro caso específico de análisis. Esta iniciativa busca crear un medio de comunicación para los trabajadores que se presente como vehículo para la comunicación de las organizaciones sociales y los sectores de la sociedad vinculados a ellas. Teniendo en cuenta esta finalidad debemos pensar cómo en el proyecto de implementación de este canal puede reconocerse, o no, la construcción de una esfera pública con sentido comunitario, concebida como un espacio para la participación de estos actores.

Como lo desarrollaremos más detenidamente en el próximo capítulo, las definiciones políticas en Uruguay buscan promover el desarrollo de una comunicación

comunitaria que aliente el acceso a la creación de contenidos. Se busca involucrar a los colectivos que gestionan estos espacios desde sus particularidades, y desde ellas contribuir a la creación de narrativas que se instalen en la sociedad como discursos válidos. Es decir, se plantea una construcción comunicacional en términos no sólo individuales, sino que colectivos.

2.7 SUJETOS DE ACCIÓN COLECTIVA

Como lo explicábamos antes en este trabajo, partimos aquí de entender que el desarrollo de una comunicación propia de los trabajadores, no es favorecida sólo a través de la aprobación y puesta en práctica de políticas de comunicación. Más bien se trata de que los trabajadores ocupen los espacios que le son legalmente asignados, y consigan colocar en ellos sus necesidades, elaborando sus sentidos y difundiendo sus pretensiones. En un proceso mediante el cual la representación social es construida, y en el cual los medios de comunicación funcionan como espacios de negociación de esa representación, las organizaciones sociales se posicionan jugando un papel central en un conflicto de intereses. Una vez que las organizaciones poseen medios propios de expresión deberán llenarlos de sentido y construir en acciones su representación. Una representación no determinada *a priori*, sino que encuentre su fundamento a través de la puesta en práctica de la comunicación y la creación de sentidos.

Como forma de aportar al análisis que buscamos desarrollar a través de este trabajo, creemos preciso considerar la construcción de la comunicación de los trabajadores en el contexto de entender a éstos como sujetos insertos en determinadas prácticas sociales y coyunturas políticas específicas. Creemos preciso entender cómo los trabajadores organizados se constituyen y actúan como sujetos sociales, y cómo, en cuanto a esto, caracterizan el desarrollo de su comunicación.

Así como lo define Cicilia Peruzzo (2013),

Movimentos sociais populares são articulações da sociedade civil constituídas por segmentos da população que se reconhecem como portadores de direitos e se organizam para reivindicá-los, quando, estes não são efetivados na prática. Aqueles de base popular se organizam na própria dinâmica de ação e tendem a se institucionalizar como forma de consolidação e legitimação social. Enquanto forças organizadas, conscientes e dispostas a lutar, são artífices de primeira ordem no processo de transformação social, embora um conjunto de fatores (liberdade, consciência, união) e de atores (pessoas, igrejas, representações políticas, organizações) se soma para que mudanças se concretizem (Peruzzo, 2013, p. 162-163).

Comprendemos que la acción colectiva se dinamiza cuando la búsqueda por atender las demandas cotidianas de los individuos en una sociedad se activa en una práctica constante.

Cuando estas prácticas presentan cierta organicidad y cierta permanencia en el tiempo, cuando implican la participación de un número importante de individuos, en suma cuando una mezcla de acciones colectivas con y sin presencia pública están intencionalmente dirigidas a transformar un orden social y promover derechos, se suele caracterizar esto como movimientos sociales (Falero, 2007, p. 42-43).

Podríamos caracterizar las organizaciones y movimientos sociales desde diferentes concepciones y significados según las realidades socio-políticas actuales. De este modo y así como lo expresa Peruzzo,

Na formação dos movimentos sociais há a confluência de identidades, na visão de Manuel Castells (2000, v.2, p23-24), necessárias na articulação dos movimentos sociais pois organizam significados. Elas podem ser classificadas como legitimadoras (introduzidas pelas instituições dominantes no intuito de manter a dominação), de resistência (criadas por atores que se sentem ameaçados pela estrutura de dominação, como por exemplo as gangues) e identidades de projeto (forjadas por atores para construir uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e transformar a estrutura social). (2013, p. 164)

Según el profesor uruguayo Alfredo Falero (2008) los movimientos sociales son capaces de generar transformaciones subjetivas en quienes participan de tales espacios de participación, a su vez que, de manera estratégica, son capaces de colocar sus intereses y mensajes en un nivel más amplio de la sociedad. A través de determinadas acciones y decisiones pueden lograr sensibilizar al resto de la sociedad con sus demandas, dejando de significar un asunto que es restricto a ellas para generalizarlo hacia lo colectivo. Es a través de esto que los movimientos y las organizaciones sociales, actúan, así como lo explica este autor, en la construcción simbólica y subjetiva de ciertos valores y derechos sociales. Su búsqueda es por la defensa de determinados derechos como lo son el derecho “al trabajo en mejores condiciones, al acceso a la tierra, a una vivienda digna, a la memoria histórica y la reivindicación de derechos humanos” (Falero, 2008, p.13). Partiendo de las necesidades cotidianas buscan elaborar respuestas y construir soluciones que mejoren las condiciones sociales de determinados sectores sociales.

Es preciso reconocer que el lugar que ocupan las organizaciones sociales, así como sus incidencias en un nivel social general, dependerá de los procesos socioeconómicos bajo los cuales éstas se presentan. Las coyunturas sociales son definitorias e inciden tanto en la configuración de las organizaciones sociales, como en el alcance de sus reclamos y acciones. Existen formas variadas de expresiones sociales que contribuyen a la creación de

nuevos sentidos. Muchas de éstas no plantean grandes cambios estructurales en sí. Como ya fue explicado en este trabajo, la participación de la sociedad civil no necesariamente implica la proposición de rupturas hegemónicas. Muchas veces las condiciones políticas a las que las organizaciones sociales se enfrentan no favorecen la propuesta de grandes cambios, y éstas acaban adaptándose a las condiciones dadas. Es por esto que debemos entender e intentar explicar la acción de las organizaciones estando sujetas a determinados contextos sociales.

En Uruguay, en los últimos años, el movimiento sindical tuvo un aumento masivo de afiliaciones, revirtiendo una situación de continuo descenso que fue de 226.400 afiliados en 1987 a 102.000 en 2003. A partir de 2005, factores como la reintegración de los Consejos de Salarios, la ampliación de la participación sindical en sectores tanto públicos como privados, y el desarrollo de nuevos sectores como el rural y el del trabajo doméstico, sumado a la aprobación de reglamentaciones que protegen la actividad sindical, dieron lugar a un importante crecimiento, haciendo que el PIT-CNT pasara de 240.000 a un número actual cercano a 350.000 afiliados. Esta realidad del movimiento sindical parece colocar a las organizaciones sociales en un estado favorable que las proyecta y amplía. De cualquier forma, debemos entender, así como lo explica Falero (2007), que una vez que el Estado asume la resolución de las necesidades de las organizaciones sociales y éstas encuentran, por medio de esto, formas tradicionales de solventarse, su fuerza, utilizando el concepto de este autor, es cooptada.

El hecho de que las necesidades cotidianas encuentran su resolución en el ámbito del Estado contribuye a “desestimular indirectamente posicionamientos más críticos de las organizaciones” (Falero, 2007, p. 50). Como lo explica Peruzzo (2013) el crecimiento de organizaciones no gubernamentales (ONGs) que asumen funciones que estaban en la égida de las organizaciones sociales, también supone una neutralización del poder emancipatorio que estos actores podrían desarrollar. Las demandas de las organizaciones, siendo absorbidas en un ámbito gubernamental, y también no gubernamental, no adquieren, de este modo, un carácter de resolución más profunda. Es en este sentido que se establece una tensión entre regulación y emancipación (Falero, 2007). Así como lo expresa Falero (2007), la conformación de las organizaciones y movimientos sociales no es algo dado y ya producido, sino que éstas debe ser entendidas en permanente producción y en dependencia de coyunturas determinadas.

La pretensión de construir un espacio democrático para la comunicación puede verse en un escenario de construcción de subjetividades y formas colectivas de participación. La democracia no debe ser entendida como algo estático, sino como estando en proceso, un

proceso plausible de modificación, renovación y profundización.

2.8 COMUNICACIÓN POPULAR, COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Cicilia Peruzzo (1998) refiriéndose al concepto de comunicación comunitaria explica cómo los medios de las organizaciones y movimientos sociales, como expresiones de lo popular, surgen en contextos de reivindicación por transformaciones sociales. Los medios de comunicación popular se crean de acuerdo a las necesidades de participación de las organizaciones, y muchas veces en respuesta a aquellos momentos en los que las libertades son restringidas. Estos medios, de cualquier forma, se mantienen y funcionan en otros contextos, tomando otras particularidades y adecuándose a nuevas realidades.

Así como lo describe esta autora, intentando explicar a qué nos referimos cuando hablamos de medios de comunicación popular-alternativos, en los años ochenta este tipo de comunicación fue vista como especialmente liberadora para las clases subalternas (como las denomina esta autora, 1998). En este momento la comunicación alternativa era concebida como revolucionaria, y como portadora de contenidos críticos y reivindicativos. Este tipo de comunicación es presentada por sus defensores como antagonista a una comunicación masiva que homogeneiza necesidades bajo una misma base, como forma de diluir contradicciones. En cambio, la comunicación alternativa es entendida siendo capaz de conducir a la transformación social. Así como lo explica Peruzzo (1998), en los años noventa se tomó una postura más flexible en cuanto a la definición de la comunicación alternativa. En esta época se extendió una visión de la comunicación ligada al concepto de democratización de los medios, lo cual no necesariamente, contrapone una comunicación masiva a otra de tipo alternativa, sino que acepta su coexistencia.

Así como lo explicamos, tomando lo desarrollado por Falero (2007), debemos comprender un contexto actual donde el Estado ha conseguido dar respuestas a muchas de las necesidades sociales, asumiendo y apropiándose de las luchas que las organizaciones sociales han promovido. Teniendo en cuenta la incidencia de esta coyuntura en el desarrollo de una comunicación que busca, tanto ser la expresión de las organizaciones sociales, como aportar a su fortalecimiento, consideramos pertinente ubicar nuestros análisis en base a esto. Como lo entiende Peruzzo (1998) las variadas experiencias en comunicación alternativa no se configuran necesariamente en la búsqueda de la emancipación de los sujetos oprimidos, ni puede decirse que se configuren, en todos los casos, siendo medios de comunicación contra-hegemónicos. Incluso, muchas veces, tampoco son promotores del valor de la democracia,

pues acaban reproduciendo, y tal vez sin desearlo, lógicas verticalistas que favorecen a unos sobre otros. Si bien los medios alternativos surgen como forma de promover procesos de concientización sobre formas de opresión social, muchas veces, la propia dinámica a la que se enfrentan, en el marco de un sistema capitalista, que logra extender sus lógicas a la más variadas formas de la cultura, acaba desfavoreciendo sus objetivos primigenios.

En su conformación original, así como lo desarrolla Cicilia Peruzzo (1998) los medios alternativos buscan ser medios para la educación política, al mismo tiempo que se configuran como una forma de denuncia de realidades injustas. Está en su base el promover la organización y la capacidad de acción en sus comunidades de referencia. Procuran, además, ser la expresión de las clases populares y un estímulo para su participación social, una vez que se reconoce lo colectivo en su capacidad por actuar en la política y conseguir resolver, así, sus necesidades. Opuestos a las estructuras que generan desigualdades, promueven la conformación de medios de comunicación donde existe una participación y toma de decisiones igualitaria, sin jerarquías y favoreciendo la autogestión. Desde estos valores, y teniendo como referencia tales objetivos, la comunicación alternativa se presenta opuesta a una comunicación promovida a través de los medios masivos. Los medios tradicionales son vistos como promotores de los valores de una clase dominante que favorece una representación elitista y que opaca el discurso de los sectores subalternos.

Siguiendo lo expresado por Peruzzo (1998), entendemos que esta oposición no es en la práctica determinante, ya que los medios masivos, desde su perspectiva, son capaces de incorporar las especificidades de los denominados sectores populares. Para la autora los medios masivos actúan, desde una óptica del receptor buscando atender a sus necesidades, logrando incorporar sus particularidades y reflejando códigos y deseos. Es decir, estos medios son capaces de actualizarse encontrando formas de construir un lenguaje que se adecua a las más variadas necesidades. Es por esto que en la búsqueda por una conceptualización de una comunicación alternativa (comunitaria o popular) no deberíamos oponerla a un desarrollo comunicativo de tipo masivo. Contribuiría a nuestro análisis una postura mediante la cual entendamos cómo los medios de las organizaciones incorporan también formas expresivas y estructurales características de la comunicación masiva.

Difícilmente las organizaciones construyen valores alternativos a los promovidos desde una visión dominante, pues ellas mismas son partícipes de una cultura hegemonizada. Insertas dentro de una sociedad en la que predominan los valores de un clase dominante, acaban reproduciendo, en la práctica, concepciones arraigadas y conservadoras, pues las organizaciones están también atravesadas por ciertas contradicciones. No afirmamos con esto

que su terreno de acción esté condicionado y obturado, sino que busquemos entender la existencia de limitaciones por las cuales los medios populares experimentan una dificultad por superar la propuesta de los medios masivos.

Es entonces que, teniendo en cuenta tales dificultades al analizar los medios de los trabajadores organizados, objeto del presente estudio, debemos pensar de qué forma se promueve la participación y se propicia el diálogo. Creemos necesario comprender cómo se promueven emisores activos y no formas de comunicación unidireccional, cuestión importante para una comunicación alternativa, pero que presenta dificultades al momento de llevarse a la práctica.

Como un medio de las organizaciones sociales, el canal televisivo sindical podrá generar información proporcionando elementos a los trabajadores que le permitan comprender su realidad, al mismo tiempo que se reconocen como parte de un colectivo que actúa en la construcción de su identificación. De este modo, es que intentamos aquí un acercamiento que nos permita pensar, cómo surge la comunicación de las organizaciones sociales de acuerdo a las particularidades del actual contexto social. Y en esto, cómo se construye una narrativa específica de las organizaciones sociales opuesta o diferente a la ya creada por una comunicación tradicional y comercial. Si esto existe como posibilidad, podríamos pensar cómo el medio sindical dialoga con un tipo de comunicación ya construida, incorporando o diferenciándose de sus características. Por otro lado, podríamos pensar qué se entiende por participación y cómo es desarrollada en un medio que busca referenciar a un colectivo y no a individuos aislados.

En una tentativa por establecer una relación conceptual con lo tratado en la primera parte de este trabajo, consideramos necesario tomar las ideas de Raymond Williams (2000) quien se expresa sobre la ubicuidad en la cultura, creyendo que no puede hablarse de cultura alta, media o popular. Si contemplamos tal apreciación, debemos pensar dónde se ubica la construcción de un medio de comunicación creado por trabajadores organizados. Para Williams (2000) la cultura no es una mera generalización impuesta por una minoría, sino que existe, y así como lo explicamos antes, tomando las ideas de Antonio Gramsci, una construcción social articulada. Todos los sectores de la sociedad participan en la producción y reproducción de significados y valores, contraponiendo diferentes proyectos y concepciones de sociedad.

Williams (2000) desarrolla el término estructura del sentir para referirse a la existencia de estructuras que definen la cultura de un período. Estas estructuras configuran, organizan, y limitan lo social dentro de un marco de referencia específico. Esto puede

referenciarse con el pensamiento de Gramsci, quien, como ya lo desarrollamos, trabaja el concepto de hegemonía para referirse a aquellos valores y sentidos que organizan lo social bajo un orden determinado. Williams (2000) reconoce la existencia de una hegemonía alternativa, que se establece a través de la puesta en práctica de diferentes formas de resistencia a esos límites y presiones que la clase dirigente determina a través de reproducir su hegemonía. La hegemonía, entonces, estando siempre en un proceso de construcción, no se presenta como algo fijo, sino que en constante renovación y recreación, teniendo que ser defendida y adaptada, una vez que es desafiada por presiones que no le son propias. Por tanto, Williams (2000) acepta la existencia de una contra-hegemonía que persiste en una práctica activa sobre la misma cultura.

Esta idea demuestra la existencia de un componente vívido en la configuración de lo social. Nos hace ver lo social en un proceso en formación y no en totalidades ya formadas. Williams (2000) contrapone una visión de la cultura y la sociedad expresada corrientemente en un tiempo pasado que las presenta como productos acabados. Este autor pone especial énfasis en una actividad humana creadora, creativa y compositiva en el presente. Rebate, así, una idea de sociedad y cultura como algo fijo y explícito que se manifiesta en formaciones y posiciones conocidas y estables, para caracterizarlas en procesos activos. Lo social es, entonces, vivenciado, puesto en práctica y por tanto recreado.

De esta forma, se afirma la importancia de colocar el foco en la experiencia social práctica. Este autor, explica este concepto a través del arte y la literatura, como expresiones subjetivas a la vez que colectivas, donde se desarrolla contenido social práctico y activo. Estos modos de expresión narrativos son producidos dentro de un sistema de creencia y en el marco de valores instituidos que determinan relaciones sociales explícitas. Sin embargo, así como lo entiende Williams (2000) existe un proceso en germinación que coloca en tensión elementos constitutivos y constituyentes. Es decir, no existe una sistematicidad en esa creación, sino que una constante recreación.

Este análisis, así planteado, puede ser útil para entender que las sociedades se hallan constituidas por sujetos que activan el significado, los valores, las creencias ya formalizadas en la hegemonía; y que en la existencia de una totalidad social y material, existe también una dinámica práctica capaz de aceptar o contrariar esa totalidad. Para Williams (2000) entonces, ningún modo de producción, y por tanto ningún orden social o cultura dominante, incluye completamente o agota toda la práctica humana. Frente a la existencia de formas de consciencia instituidas, se plantea la existencia de una potencialidad creadora capaz de generar ciertos cambios sociales. Williams parte de entender a la cultura producto de una

creación individual y colectiva. Los modos de sentir y actuar, enmarcados en los valores de instituciones sociales concretas y circunstancias materiales determinadas, son resultado de la interacción social de individuos históricamente constituidos. La producción cultural siempre ha estado estrechamente ligada a condicionantes materiales e institucionales, las producciones culturales y su manifestación solo pueden entenderse en un contexto material determinado.

En la medida que entendemos el concepto de hegemonía en el ámbito de lo social experimentado y vivido, podemos comprender de qué manera Williams (2000) piensa este proceso como un proceso subjetivo y colectivo que activa la toma de consciencia de una situación dada. Para este autor en la medida que lo social es creado, los mecanismos de una hegemonía dominante pueden ser comprendidos y actuados, vivenciados y contrapuestos. Al decir que la cultura no es propiedad o creación de una minoría privilegiada, Williams (2000) nos permite entender que los significados y valores de lo social se producen en la experiencia común y en las actividades de todos. Pero la posibilidad de crear, articular y comunicar estos significados y valores está limitada por los valores predominantes transmitidos por las instituciones y especialmente por la propiedad privada de los medios de comunicación. Frente a esto creemos que debemos hacer foco en la centralidad del lenguaje y la comunicación como fuerzas sociales formativas, así como en el conjunto de interacciones complejas entre las instituciones, las relaciones sociales y las convenciones formales.

3 PRÁCTICAS Y MARCOS LEGALES Y POLÍTICOS PARA EL DESARROLLO DE UNA COMUNICACIÓN COMUNITARIA

En el primer capítulo de este trabajo realizamos un acercamiento a los conceptos de espacio público, participación política y comunicación comunitaria. En este apartado nos referiremos específicamente al desarrollo en Uruguay de políticas en relación a estos asuntos. Buscamos explicitar aquí ciertas particularidades del proceso de creación de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley SCA), sus principios básicos y su situación actual. Entendemos que esto nos permitirá comprender en qué contexto el Plenario Intersindical de Trabajadores-Convención Nacional de Trabajadores (PIT-CNT) implementa un canal comunitario.

Queremos comprender el desarrollo de una nueva perspectiva para la gestión de los medios de comunicación como producto de ciertas decisiones políticas y de un proceso de participación social. En esto, creemos importante considerar la existencia de la Ley de Radios Comunitarias en Uruguay, en base a la cual se han tomado preceptos para la creación de un espacio comunitario también en la televisión.

En este capítulo buscamos, entonces, entender de qué modo las organizaciones sociales se apropian en la práctica de las definiciones políticas y legales sobre la comunicación. Creemos pertinente referirnos a las perspectivas y acciones de los trabajadores, quienes en la propuesta de un canal propio y en la conducción de su programa televisivo, construyen su comunicación activando ciertas prácticas. Para esto, además de recurrir a los datos aportados por la Coalición por una Comunicación Democrática y el texto de la Ley SCA, tomaremos la información obtenida en nuestro trabajo de campo con las entrevistas realizadas a los encargados de la elaboración del proyecto de Mi Canal (futuro canal del PIT-CNT) y a uno de los responsables del programa televisivo del Sindicato Único Nacional de la Construcción y Anexos, Replanteo TV.

3.1 HACIA UNA COMUNICACIÓN MÁS DEMOCRÁTICA

En el año 2010 se presentaron en Uruguay los resultados del proceso de trabajo sobre un proyecto de Ley que tenía como objetivo profundizar en la democratización de los medios de comunicación. Esta tarea fue asumida por un conjunto de treinta organizaciones sociales y sindicales que conformaron la Coalición por una Comunicación Democrática

(CCD)⁵.

Este proyecto, después de un proceso de discusión y modificaciones, fue aprobado por los tres poderes gubernamentales en diciembre de 2014. Se constituyó, así, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley SCA), número 19.307. Para hacer efectiva su entrada en vigor esta ley debe ser reglamentada por parte del Poder Ejecutivo, proceso que aún no ha sido concluido.

En 2005 la ciudadanía uruguaya eligió su primer gobierno de izquierda, asumido por el Frente Amplio, quien logró mantenerse como partido de gobierno en 2009, y en el actual período hasta 2020. La Ley SCA se elaboró y aprobó durante el mandato de José Mujica (de 2010 a 2015). Con la asunción de Tabaré Vázquez, en marzo de 2015, se coloca al presente gobierno como responsable en dar cause a esta Ley por medio de su reglamentación. Según las autoridades este paso legal se vio frenado debido a los recursos de inconstitucionalidad presentados ante la Suprema Corte de Justicia por parte de un grupo empresarial.

De este modo, así como lo expresa el gobierno, se está a la espera del fallo de esa entidad para culminar el proceso de aprobación. Según lo expresado en el sitio web de la CCD, el hecho de que el gobierno haya omitido en el planeamiento del Presupuesto Nacional recursos económicos para la aplicación de la Ley 19.307, también implica un freno para su efectividad. De esta forma, si bien Uruguay ha avanzado en la discusión sobre qué comunicación desea tener, elaborando un marco regulativo, estos avances presentan dificultades para sostenerse.

Como principios básicos, presentes en el proyecto realizado por la CCD, esta coalición se propuso defender el derecho a la información, la comunicación y la libre expresión, tanto como valorizar el acceso y la producción de la cultura. En esta propuesta se planteó la importancia de contemplar espacios para el desarrollo de una comunicación pública, comunitaria y comercial en forma equitativa. Se resaltó, además, la necesidad que los medios tengan autonomía del poder político y estén sujetos a un control ciudadano, a través de la creación de auditorías y un organismo regulador independiente, propuesto como Consejo de Comunicación Audiovisual (CCA). Por otro lado, se destacó la pertinencia de establecer límites a la concentración de los medios, asignando canales por concurso. Asimismo, se dio especial importancia al hecho de ser necesario un apoyo económico que sustente la producción audiovisual nacional.

⁵En el sitio web de la CCD podrá encontrarse información detallada del proceso de discusión, aprobación y sobre la situación actual de la Ley SCA: <http://www.infoycm.org.uy/>.

En el artículo 6 -Declaración de interés público- de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se establece que,

Los servicios de comunicación audiovisual son de interés público ya que constituyen uno de los principales medios de información social, permiten el ejercicio del derecho a comunicar y a recibir información para el ejercicio pleno de la libertad de expresión de la ciudadanía, la difusión de valores como la identidad y la diversidad cultural y el apoyo a la educación, componiendo un sistema esencial para promover la convivencia, la integración social, la igualdad, el pluralismo y los valores democráticos. (URUGUAY. Ley N. 19.307, de 29 de diciembre de 2014. Lex: Servicios de Comunicación Audiovisual, Montevideo, 2014)

Se valora especialmente aquí la comunicación como un derecho para la libre expresión de la ciudadanía, entendiendo que esto contribuye a profundizar los procesos de democratización en esta sociedad. La nueva reglamentación deja sin efecto la Ley de Radiodifusión vigente desde 1978, momento en el cual se vivía en Uruguay una dictadura militar y se establecían decisiones que favorecían la concentración de frecuencias, y por tanto, la restricción de voces. En esta ley se pasa a comprender la comunicación como un bien público que debe ser preservado como espacio inclusivo.

Así como lo expresa Roque Faraone (1998), docente e investigador uruguayo en el área social, hubo históricamente en este país una concepción privada de los medios de comunicación. La gestión de la radiodifusión se desarrolló principalmente en manos de privados. Una vez que aparece el medio televisivo, éste se adecua a tales parámetros, y aunque se crea un canal del Estado, este actúa desde una perspectiva gubernamental. De este modo, los medios son concebidos desde lo privado-capitalista y desde lo estatal-capitalista, y no desde lo privado-social, así como lo entiende Aníbal Quijano (2014) y lo desarrollamos en el capítulo anterior.

Según Faraone (1998), el sistema televisivo en Uruguay se crea desde un modelo privado y sin colocar en discusión formas alternativas de concebirlo, incluso pudiendo tener en cuenta experiencias de otros países. De esta manera, el medio audiovisual adecua una audiencia bajo una estructura y modos de enunciación y percepción conformes a intereses privados. Teniendo en cuenta que la comunicación en Uruguay se ha establecido de tal forma, debemos entender las dificultades existentes para la aprobación final y puesta en práctica de la Ley SCA.

En la nueva reglamentación se establecen nuevos parámetros para el desarrollo de la comunicación, limitando la concentración de la propiedad privada de los medios de comunicación. Esto implica reconocer la importancia de abrir canales a nuevos actores que colocan en escena otras perspectivas culturales y nuevas formas de entender la sociedad.

Significa, además, un cambio relevante para una práctica que mantiene la prioridad de algunos grupos que gestionan los medios de comunicación con un beneficio, no sólo económico, sino que de supremacía de ciertos valores reproducidos y mantenidos históricamente.

En esto, el poder político se ve en la disyuntiva de tener que lidiar con la confrontación de diversos intereses. Por un lado, el interés de un sector de la sociedad, dentro del cual se encuentran las organizaciones sociales involucradas en la discusión de la Ley SCA que exigen su pronta reglamentación para una rápida aplicación, y por otro, el interés de los empresarios encargados de prestar servicios de comunicación, quienes argumentan que se incurre en un acto de censura y limita su libertad de expresión. Estas oposiciones demuestran que no existe aún un consenso que permita la aprobación definitiva de esta ley, y que por tanto, debemos poner especial atención a cómo se posiciona el poder político y la sociedad civil en relación a este proceso.

Creemos importante resaltar algunos aspectos que la Ley SCA incluye como forma de comprender desde qué perspectiva se concibe el desarrollo de la comunicación, y para poder pensar qué lugar se les da a las organizaciones sociales, y cómo éstas pueden posicionarse frente a tales definiciones.

La Coalición por una Comunicación Democrática (CCD) al momento de elaborar el texto de la Ley SCA se basó en los principios de la Declaración Universal de Derechos Humanos y de la Convención Americana de Derechos Humanos. En este sentido, esta ley se basa en el derecho de todas las personas de contar con igualdad de oportunidades para buscar, recibir y difundir informaciones e ideas a través de los medios de comunicación. Según el texto elaborado por la CCD para que esto ocurra, el Estado debe garantizar la participación y la defensa de las audiencias, siendo cuidadoso en no establecer mecanismos de intervención en los contenidos. Se entiende que el Estado no debe imponer modelos basados en juicios de valor que respondan a las expectativas de quien está al frente del gobierno. En este sentido, esta entidad actuaría para proteger el sistema mediático de las vulnerabilidades económicas y políticas, interviniendo tanto en el mantenimiento de las emisoras públicas, como en la regulación de los medios comerciales.

En otro orden, esta ley prevé la responsabilidad por parte del Estado de garantizar que los medios de comunicación, sean públicos, comunitarios o comerciales, transmitan contenidos en sus programaciones que consideren la diversidad de las audiencias con sus necesidades particulares. Según este texto, la programación no podrá exhibir contenidos que promuevan acciones discriminatorias relacionadas con el origen social o nacional, la

orientación sexual, la identidad de género, y con la posición económica o el aspecto físico. De esta forma, se determina expresamente el deber de los operadores de los medios de comunicación de atender a la creación de contenidos que protejan los derechos de las personas, dando especial importancia a los derechos de niños y adolescentes.

Asimismo, se establece la prohibición de la censura, consagrando la libertad editorial y la independencia de los medios de comunicación. Se propone, así, la creación de un Consejo de Comunicación Audiovisual como órgano independiente del Poder Ejecutivo, el cual se encargará de aplicar y fiscalizar el cumplimiento de las disposiciones de esta ley. Además, este consejo tendrá el cometido de desarrollar un observatorio audiovisual sistematizando los datos estadísticos principales referentes a las empresas, agentes y consumidores del sector, así como elaborar los reglamentos y pliegos de bases y condiciones que regirán los llamados a interesados en usufructuar frecuencias. Por otro lado, asesorará al Ejecutivo en la decisión de estas asignaciones, que podrán ser obtenidas a través de un concurso público y por medio del control social.

Este aspecto es un hecho relevante, ya que, hasta el momento, esta forma de otorgar frecuencias no había sido concebida de este modo. En Uruguay existen tres grandes grupos empresariales que concentran la propiedad de la televisión privada con señales abiertas. Estos grupos administran también frecuencias de radio con un alcance considerable en todo el territorio nacional, siendo operadores de televisión por cable y dueños de empresas en otros rubros,

Si se mide la concentración en términos objetivos, esto es la participación que los grupos tienen en la audiencia y el porcentaje que obtienen sobre la facturación total del mercado, en ambas variables a escala nacional, se puede observar que controlan el 95,5% del mercado, porcentaje que significa una facturación de 82,5 millones de dólares sobre un valor total del mercado durante el año 2010 de 86,4. El 4,5% restante corresponde a la Televisión Nacional y a algunas emisoras del interior del país sin vínculo con estos tres grandes grupos. (Buquet, Lanza, 2011, p.3)

Estos grupos crecen en sus monopolios hace cincuenta años, casi sin restricciones por parte de los diferentes gobiernos y sin tener que prestar cuentas de sus acciones al Estado. De esta forma, la nueva reglamentación busca fomentar una competencia equilibrada colocando un límite a la concentración de la propiedad de los medios de comunicación que evite la consolidación de monopolios u oligopolios. La ley establece, entonces, que para prestar servicios de radio y televisión, una persona física o jurídica no podrá ser titular de más de tres autorizaciones. Un mismo grupo económico no podrá tener más de tres frecuencias en televisión abierta, con la posibilidad de contar con otras tres licencias en la televisión por cable, tratándose del área metropolitana, o seis si fueran licencias para televisión por cable

fuera de esta área. En este sentido, también se incluye la limitación en la oferta de frecuencias.

Durante la aprobación de la Ley SCA debemos destacar algunas decisiones en relación a la implementación de la televisión digital en Uruguay que se presentan como avances en tal proceso. A través de un decreto de Presidencia de la República de Mayo de 2012, se decidió mantener las licencias de Televisión Nacional Uruguay, canal estatal transmitido por televisión abierta, y Tevé Ciudad, dependiente del gobierno municipal de Montevideo y transmitido también por televisión abierta. Además, se aprueba en esta resolución, la apertura de cuatro canales que serán gestionados por los gobiernos municipales de los departamentos del interior del país. De esta manera, se conforman los canales que ocupan el espacio definido como público. Por otro lado, este decreto establece un espacio para siete canales comerciales. De estas siete emisoras, tres son eximidas de presentar un plan que constate su solvencia económica y comunicacional, ya que son canales que, según lo entendió el gobierno en ese momento, comprueban una trayectoria que muestra su capacidad en la generación de contenidos con un interés cultural. En todos los casos las licencias son establecidas por un período de quince años con opción de renovaciones, por parte del Poder Ejecutivo, por un nuevo plazo de diez años. Según lo decretado, en cada renovación se tendrá cuenta el cumplimiento de las condiciones y compromisos asumidos que atiendan los principios y la transparencia en los procedimientos formales de gestión. Para la realización de las renovaciones el Poder Ejecutivo considerará los informes técnicos de la Unidad de Regulación y Servicios de Comunicación -URSEC-, las recomendaciones de la Comisión Honoraria Asesora Independiente -CHAI-, y el resultado de las audiencias públicas.

En otro orden, la Ley SCA determina que los titulares de los servicios de los medios deberán, como contra prestación, destinar por lo menos quince minutos diarios para la emisión de campañas de bien público, además de otorgar espacio a los partidos políticos en momentos de elecciones gubernamentales.

Además de estas determinaciones, la nueva reglamentación obliga a los medios a tener un mínimo de un 60% de la producción nacional en su programación, de ésta al menos la tercera parte deberá ser realizada por productores independientes. Se establece, por otro lado, el pago de un fondo económico que será utilizado para financiar la producción audiovisual.

3.2 LO COMÚN EN LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN URUGUAY

Como ya lo expresamos, la configuración de la propiedad de los medios de comunicación de un modo especialmente privado ha limitado a las organizaciones sociales que no encuentran para su expresión canales de comunicación de alto alcance. El Poder Ejecutivo de Uruguay, reconociendo su responsabilidad por establecer parámetros para el desarrollo de una política nacional de telecomunicaciones, y también a partir de la acción de la sociedad que demanda el establecimiento de una comunicación más democrática, aprobó en mayo de 2012 un decreto que reglamenta los procedimientos para la autorización del servicio de radiodifusión de la televisión digital. Este decreto aprobó la disposición de seis canales públicos, siete canales comerciales, y siete de tipo comunitario y sin fines de lucro. Para ocupar este último espacio de comunicación se procedió a la realización de un primer llamado en octubre de 2013. En esta instancia se presentaron dos propuestas, una por parte de las Cámaras empresariales -Asociación Rural, Cámara de Industrias, asociación de ex presidentes de la Cámara de Comercio y Servicios- y otra por parte del Plenario Intersindical de Trabajadores-Convención Nacional de Trabajadores (PIT-CNT). Estas propuestas fueron evaluadas por el Ejecutivo que, con la recomendación del Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria (CHARC), definió al PIT-CNT como responsable de la gestión del primer canal televisivo de tipo comunitario en el país.

Uruguay ha avanzado en las definiciones políticas sobre la comunicación comunitaria, a través de la aprobación en el año 2007 de la Ley N° 18.232 de Radiodifusión Comunitaria. Esta ley define la comunicación comunitaria en su artículo número 4 de la siguiente manera,

Se entenderá por servicio de radiodifusión comunitaria el servicio de radiodifusión no estatal de interés público, prestado por asociaciones civiles sin fines de lucro con personería jurídica o por aquellos grupos de personas organizadas que no persigan fines de lucro (artículos 6° y 13 de la presente ley) y orientado a satisfacer las necesidades de comunicación social y a habilitar el ejercicio del derecho a la información y a la libertad de expresión de los habitantes de la República. Su finalidad será la promoción del desarrollo social, los derechos humanos, la diversidad cultural, la pluralidad de informaciones y opiniones, los valores democráticos, la satisfacción de las necesidades de comunicación social, la convivencia pacífica y el fortalecimiento de los vínculos que hacen a la esencia de la identidad cultural y social del Uruguay. (Ley N° 18.232)

En su concepción, las radios comunitarias son entendidas como medios de la sociedad, es decir siendo expresiones directas de la población y estando controlados por determinados grupos. Se piensan como espacios de gestión colectiva, que no tiene como fin el

lucro, y son independientes de instituciones religiosas, estatales y de partidos políticos. Estos medios son concebidos como siendo expresión de la pluralidad, dando especialmente un lugar a la voz de las organizaciones sociales (Coordinadora de Radios Comunitaria del Uruguay, ECOS).

Estos parámetros para la comunicación comunitaria fueron tomados como referencia, tanto en el mencionado decreto del Poder Ejecutivo de Mayo de 2012, como por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual aprobada en diciembre de 2014. Lo establecido por la Ley N° 18.232 funciona como base para la definición del desarrollo de una comunicación comunitaria.

Lo que se determina especialmente a través del texto de esta ley está vinculado a definir quiénes serán los encargados del desarrollo de una comunicación comunitaria, caracterizándolos como entidades o personas que no persigan en sus cometidos intereses lucrativos. Cuando se genera la Ley de Radios Comunitarias, se crea para su aplicación un Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria (CHARC). Este consejo evaluó en 2008 más de cuatrocientas propuestas descartando muchas de ellas por ser de carácter religioso o comercial y por no contar con un real respaldo de sus comunidades de referencia.

Podemos decir que existe en la construcción de estas leyes una perspectiva que entiende el interés lucrativo, no sólo asociado a lo económico, sino también a lo simbólico. De este modo, lo que se buscaría frenar es el mantenimiento de los medios de comunicación en manos de grupos, que no sólo acumulan capital sino que reproducen ciertos valores ideológicos. Al destacar la importancia de los medios comunitarios como expresión y defensa del interés público, promoviendo y asegurando la participación ciudadana, se resalta también la importancia de una producción propia que promueva la expresión local y fortalezca, así, los vínculos sociales para la construcción de una identificación cultural.

Según los conceptos trabajados por Gabriel Kaplún (2011) podríamos referirnos a dos concepciones mediante las cuales pueden definirse los medios de comunicación comunitarios: como canales para la participación de la comunidad o como promotores de ella. El primer enfoque supone, que los medios poseen una comunidad de referencia, “se trata en general de comunidades locales, con una delimitación geográfica y poblacional acotada y precisa” (Kaplún, 2011, s/p.). Por otro lado, medios que dentro de una comunidad promueven su autonomía.

Hay otro enfoque posible que, sin dejar de priorizar lo local, plantea lo comunitario más bien como un modo de pensar los procesos de cambio social profundo y, a la vez, democráticos, de “abajo hacia arriba”. En esta perspectiva lo comunitario sería una búsqueda por fortalecer el -con frecuencia debilitado- espacio social,

reconociendo la importancia de la dimensión subjetiva y las identidades en los procesos emancipatorios (Kaplún, 2011, s/p).

Lo definido por la Ley de Radiodifusión Comunitaria puede ser entendido no como una apuesta única al desarrollo de la expresión de lo local, ya que específicamente esta reglamentación consta que,

En ningún caso se entenderá que el servicio de radiodifusión comunitaria implica necesariamente un servicio de cobertura geográfica restringida. Dicha área estará definida por su finalidad pública y social y dependerá de la disponibilidad y planes de uso del espectro y la propuesta comunicacional de la emisora. (Ley N° 18.232)

En base a esto podemos decir que existe una finalidad pública y social que tiene que ver con el ejercicio de la libertad de expresión, y con un fin último de aportar a un proceso político de democratización de la comunicación. Entendemos que se destaca la importancia en la consolidación de una construcción colectiva con capacidad de crear narrativas diversas, y así, diferentes producciones simbólicas.

Más allá de lo expresado a través de la Ley 18.232 es necesario analizar lo que efectivamente se realiza en la práctica misma de la comunicación comunitaria. La experiencia de un canal televisivo pensado bajo los presupuestos de un medio comunitario se presenta en Uruguay como algo incipiente. El contar con parámetros establecidos a través de un marco legal, trabajados éstos a través de lecturas de las condiciones sociales y políticas y de las necesidades de comunicación de la sociedad, funcionan como directivas sobre las cuales actuar. Las organizaciones sociales a partir de lo determinado en las leyes y reglamentos que se refieren al desarrollo de la comunicación, cuentan con orientaciones que le permitirán elaborar su comunicación, pero sobre las cuales ellas mismas deberán apropiarse en la práctica.

Según el proyecto comunicacional del futuro canal del PIT-CNT queda clara la pretensión por generar, a través de los productos comunicacionales, un sentido de representación en los trabajadores, siendo éstos la comunidad de referencia para este medio. Entendemos, así, que el objetivo no es sólo ser un medio para que los trabajadores se expresen, sino que se busca la construcción de narrativas que construyan, además, representación.

Creemos necesario reconocer que lo comunitario no se construye solamente en una práctica comunicativa. Entendemos que los medios de comunicación funcionan como un soporte para la comunidad, como forma de sostener lo que viene siendo construido en otros ámbitos, promoviéndola, pero no determinándola (Kaplún, 2011).

Según lo entendemos aquí las políticas públicas por sí mismas no canalizan y promueven la participación. Para que lo comunal sea recreado a partir de los medios de comunicación, éstos deben promover formas de gestión colectiva que trasciendan, así, a formas colectivas en los demás ámbitos de acción de las organizaciones sociales.

A través de la lectura del texto *Televisión* del autor Raymond Williams (2011), podemos inferir que no se trata sólo de que los medios de comunicación comunitarios aporten una visión diferente, sino que para promover una comunicación alternativa a la de tipo comercial, como lo explicábamos, siendo ésta practicada de forma más habitual por tener condiciones políticas y económicas que las han favorecido, deben pensar y establecerse como una propuesta que genera nuevas relaciones. Esto es posible si se desarrollan medios de comunicación que se estructuren de una forma democrática y autónoma. Podríamos decir, entonces, que las formas colectivas son promovidas especialmente a través de los modos mediante los cuales son gestionados los medios de comunicación. Según de qué manera el medio esté estructurado promoverá o no el sentido de lo comunitario. Dependiendo de qué manera organice su gestión, cómo establezca la participación, siendo ésta vertical u horizontalmente, y según el tipo de relación que entable entre sus miembros, podrá establecerse también como un proyecto comunitario.

Históricamente diferentes propuestas de comunicación han buscado potenciar la voz de los sectores populares. En América Latina, a través de la gestión de distintos medios de comunicación, diversos colectivos se han planteado generar acción a través de propuestas de contra-información, combatiendo una visión hegemónica y obtusa sobre sí mismas. Desde esta gestión han conseguido intercambiar y crear experiencias, estableciendo relaciones que dan sentido a la existencia de lo comunitario. Su tentativa ha sido por concebir a la comunicación desde una perspectiva no instrumental, en donde la comunicación es funcional a la construcción de saberes comunes que empoderan a las comunidades.

Lo comunal visualizado como generador de democracia es visto así en su aspecto más positivo. De todas formas, lo que debemos observar en el presente trabajo de reflexión y análisis, es de qué manera se fortalece una cultura democrática en acciones, más allá de los marcos legislativos que se le otorgan a la comunicación. La oportunidad presentada a las organizaciones sociales para que creen sus propias imágenes como representaciones de sí, optando por signos y códigos que se adecuan a sus necesidades, separándose de aquellos asignados por otros, se presenta como una posibilidad para que éstas sean constructoras de su propia historia. La construcción de la representación de los trabajadores, constituyendo un sentido de comunidad propio, puede verse como un modo de explorar formas expresivas con

nuevas codificaciones. Éstas tal vez no innoven en la creación de un nuevo lenguaje, pero sí podrán constituir una forma de re-apropiación de los lenguajes existentes.

La construcción de una esfera pública que asume la existencia de otras expresiones e identificaciones, podrá contribuir con la deconstrucción de aquello que se presenta evidente e incuestionable. Ese visual hegemónico que aparece como único podrá ser reelaborado en la medida que su construcción es asumida no sólo un objeto para su consumo. Esto implica pensar en la generación de una comunicación desde un modo de producción activo que genere, a su vez, una audiencia también activa. Al estimular el diálogo, los medios de comunicación comunitarios estarán actuando para fomentar la reflexión y la acción social.

3.3 COMUNICACIÓN Y ORGANIZACIONES SOCIALES

Como ya lo expresamos, a través del proceso de discusión de la Ley SCA y con la adopción de un sistema de televisión digital, se le ha asignado al Plenario Intersindical de Trabajadores-Convención Nacional de Trabajadores (PIT-CNT) una señal televisiva para el desarrollo de un canal comunitario. Contar con una experiencia televisiva, construida desde una organización social, que nuclea a los trabajadores sindicalizados, se presenta como un hecho sin precedentes en Uruguay. Sí han existido diversas experiencias en radio protagonizadas por las organizaciones sociales, tanto a través de espacios concedidos por medios comerciales como en la propia gestión de radios comunitarias.

Según los estudios de los investigadores uruguayos Gustavo Buquet y Edison Lanza, “El mayor medio de transmisión cultural en la sociedad moderna es la televisión, desde su expansión masiva en los años cincuenta hasta nuestros días en pleno desarrollo de Internet” (2011, p. 2). Según estos estudios, en Uruguay, casi el 100% de la población mira televisión diariamente.

Su fácil accesibilidad, la gratuidad y su penetración en todos los sectores sociales, hace de la televisión abierta una plataforma ubicua, con gran capacidad de reproducir informaciones, opiniones, modelos culturales y formas de vida que contribuyan al cambio social, la diversión y el interés de la vida social y cultural. (Buquet, Lanza, 2011, p.3)

Considerando esto debemos tener en cuenta la importancia que este medio de comunicación tiene en la representación subjetiva de la sociedad. En este caso, como forma de entender de qué modo las organizaciones desarrollan su propia propuesta de comunicación y construyen su representación en un medio televisivo, recurrimos a la realización de tres entrevistas. Por un lado, tomamos la experiencia del canal de televisión digital Mi Canal con

la realización de una entrevista a Gabriel Molina, Secretario de Prensa y Propaganda del PIT-CNT y referente político del proyecto Mi Canal, y con Eduardo Curuchet, integrante del PIT-CNT y referente para los aspectos técnicos de este proyecto⁶. Por otro lado, entrevistamos a Iván Häfliger, integrante del Sindicato Único Nacional de la Construcción y Anexos e impulsor y productor de Replanteo TV.

Con el objetivo de comprender el material obtenido en estas instancias, creímos necesario ordenar la información en tres categorías que se adecuan a los objetivos de nuestra investigación. Entendemos que los elementos que componen estas categorías establecen relaciones entre sí, y que por tanto, no podemos decir que éstas actúan individualmente. Consideramos que sistematizar el material recabado de esta forma es funcional a nuestro análisis, y que de esta manera podremos establecer conclusiones en su momento. Reconocemos que daremos un nuevo orden a una información que en el discurso de los entrevistadores se presenta estableciendo otras conexiones, pero que respetaremos el contenido de lo expresado.

Por tanto, y siguiendo las aproximaciones teóricas desarrolladas en el primer capítulo, definimos un **primer nivel** de análisis que se concentrará en entender cómo las organizaciones en la puesta en práctica de sus medios comprenden lo público, lo comunal y la comunicación comunitaria; un **segundo nivel** referido a la puesta en práctica de esa comunicación, aspecto relacionado con las posibilidades que los marcos regulativos y las políticas públicas establecen para el desarrollo de la comunicación; y por último, un **tercer nivel** que expresa cómo los trabajadores serán representados en su propio medio televisivo y cuál es la importancia de ello.

3.4 NIVELES DE ANÁLISIS:

3.4.1. Sentido comunitario

Así como se expresa a través del proyecto comunicacional del PIT-CNT, desde la opción que se realiza al nombrar al canal televisivo como Mi Canal, se busca, desde una comunicación construida bajo la óptica de los trabajadores, generar un sentido de pertenencia. Como se define en ese texto, se busca que el canal se posicione “como el medio de referencia

⁶Estas entrevistas fueron realizadas en conjunto con Nicolás Robledo quien desarrolla la investigación: “Sustentabilidad de las alternativas mediáticas en Uruguay”, en el marco de la Maestría en Información y comunicación de la Facultad de Información y Comunicación, Universidad de la República, Uruguay. Todas las entrevistas se efectuaron en el mes de agosto de 2015.

para toda la ciudadanía en general, y para los trabajadores -estén o no organizados-, la familia de las y los trabajadores, los activistas de los movimientos y organizaciones sociales y el demos universitario”. Se señala, además, una pretensión de que el público de referencia “se vea a través de Mi Canal”, se apropie de los contenidos que se colocan al aire, que las audiencias “sientan que se narran historias con su sensibilidad”. Es recurrente la expresión “verse con los propios ojos”, la cual insiste en la importancia de generar contenidos desde una óptica particular. El propósito de esta iniciativa es “construir mensajes y contenidos que permitan mostrarnos, vernos con nuestros propios ojos, comprometidos con el país, que somos y que anhelamos ser, con la integración latinoamericana y con la construcción de una sociedad solidaria, sustentable y equitativa”.⁷

Al indagar de qué forma se pretende poner en práctica estas propuestas, Gabriel Molina expresa que “no va a ser, y eso lo digo con total franqueza, un canal obrero donde vamos a estar pasando un *reality show* sindical mediático todos los días. No es ese el contenido, ni lo que estamos persiguiendo con contar con un canal. Es tener la posibilidad de mostrar cosas que no muestran otros, desde la óptica de los trabajadores.” Por otro lado, como lo expresa Eduardo Curuchet se insiste en el hecho de que Mi Canal no sea “un canal marginal”, por lo cual se rechaza la idea de que éste sea un “canal que lo miremos sólo nosotros”.

Según Curuchet el canal del PIT-CNT busca integrar a un conjunto de organizaciones sociales. Desde la perspectiva de que existe una diversidad de voces a reflejar, y que éstas “no siempre están en los medios”, se entiende necesario incluir también esas miradas. Según su opinión la televisión “por su costo” y “por un manejo de la agenda” es un medio en sí restrictivo, y por tanto, desde un canal comunal se deben abrir espacios para la inclusión de expresiones que tiene poca o nula representación en otros medios.

Como se aclara en el proyecto comunicacional de Mi Canal, si bien el PIT-CNT es el titular de la propuesta ésta está abierta a recibir aportes de la Universidad de la República, y de otras organizaciones como la Federación Uruguaya de Cooperativas de Viviendas por Ayuda Mutua (FUCVAM) y de la Federación de Estudiantes Universitarios del Uruguay (FEUU), así como de diferentes ONGs. Se prevé que estas organizaciones cuenten con un espacio en la programación, y que a su vez aporten a la construcción de contenidos. Se cree que estos grupos pueden contribuir desde sus conocimientos específicos al tratamiento de

⁷ Proyecto comunicacional del canal de televisión digital comunitario del Plenario Intersindical de Trabajadores-Convención Nacional de Trabajadores (PIT-CNT) de Uruguay.

diferentes temáticas. En varias ocasiones se plantea que gestionar un canal es una experiencia de aprendizaje, y que en éste, es fundamental el hecho de contar con “socios” que permitan abordar aspectos en los cuales se tiene muy pocos saberes acumulados. Para Curuchet la calidad en los contenidos comunicacionales se crea a través de un trabajo sistemático que implicará “ensayo y error”, y que irá consolidándose desde una “sinergia”.

En relación a esto Ivan Häfliger explica que la comunicación comunitaria en Uruguay “tiene un largo recorrido en el país” que no nace con las actuales iniciativas políticas y legales. Durante los años 80 diversas experiencias en radio se afianzaron como propuestas de comunicación “que jugaron un enorme papel en distintos momentos de la lucha social uruguaya y para distintos fenómenos sociales”. Según lo expresa, en principio, las radios fueron llamadas “radios piratas” pues se entendía que ocupaban el espacio comunicacional de forma ilegal. Su valorización como frecuencias ilegales tuvo que ver no sólo con los contenidos que ofrecían, sino con su pretensión, de alguna manera, de “romper la lógica del monopolio de la comunicación”. Así como lo entiende Häfliger, debe destacarse que la práctica de los medios comunitarios, además de ser una expresión diferenciada a los medios tradicionales, coloca en cuestión la propiedad de los medios de comunicación y discute la función que éstos tiene para la sociedad.

Según lo dicho por el responsable de Replanteo TV, el hecho de que los trabajadores cuenten con una señal televisiva no es suficiente para el desarrollo de un canal comunitario. Para que la propuesta se haga efectiva “la legitimidad de las ideas se tiene que dar en la práctica”. La regulación de la comunicación da un marco a una nueva propuesta que permite a los trabajadores la “posibilidad, al menos, de tener expectativas de hacerse de un espacio”. Häfliger argumenta que para ocupar el espacio comunicacional, las organizaciones sociales deberán contar con recursos, no sólo económicos, sino que será fundamental crear una estructura que dé sustento a sus medios. En esto existe una dificultad, ya que reconfigurar el sistema de medios de comunicación, implica la presencia de posiciones contrarias. Para Häfliger, “está entendido que los medios de comunicación masivos son propiedad de quienes tienen más recursos”, y que por tanto, abrir el espectro les implicará a estos sectores cierta pérdida de supremacía.

3.4.2 La puesta en práctica de un medio comunitario

El desarrollo de un canal televisivo necesita una serie de recursos económicos sin los cuales no podrá salir al aire. Para esto, Mi Canal se propone generar un plan de

“viabilidad” y “sustentabilidad”. Según Curuchet esta propuesta debe ser distinguida de lo que sería un plan de negocios, reconociendo las implicancias de crear un medio de comunicación comunitario, “nos han explicado que la única manera de hacer televisión es la comercial o la estatal, bueno, hay otra que es social”. Como lo afirma el entrevistado, al no contar con experiencias previas de televisión comunitaria, las cuales tienen condiciones diferentes a las de un medio comercial, se plantearán formas de financiamiento distintas.

En este sentido, se recurrió a generar alianzas con otros países, tanto europeos como latinoamericanos, a través de las cuales se podría encausar parte del financiamiento requerido. Sin embargo, según lo dicho en las entrevistas, este tipo de acuerdo no ha tenido aún una conclusión positiva.

Por otro lado, se planteó una vía de financiamiento propia mediante la cual cada afiliado al sindicato pudiera aportar un determinado monto anual (equivalente al valor de un pasaje de transporte urbano), que sumaría una cifra considerable y que permitiría solventar varios gastos. Esta propuesta presenta alguna dificultad, como lo expresa Molina, “si bien es verdad que hubo un crecimiento de los afiliados a la masa del PIT-CNT”, existe un temor en cómo sostener un financiamiento meramente interno. Es decir, para que sea efectivo éste debe ser acompañado de otras formas de recaudación.

En cuanto al hecho de buscar publicidad privada, Molina comenta que “llegamos a la conclusión de que la única manera de conseguir publicidad de privados es que el canal tenga permanencia en la sociedad”. Con esto se expresa la necesidad de generar una audiencia estable, ya que en la medida que exista reconocimiento y estabilidad, se podrá conseguir un financiamiento externo, pues “no hay ninguna empresa privada o particular que invierta en algo que no se ve”.

En la conversación con Curuchet este cuestionó de qué forma el Estado promueve la existencia de medios comunitarios, específicamente refiriéndose a la falta de un apoyo económico que solvete las propuestas. Tanto para Curuchet como para Molina es necesario contar con un canal gestionado por los trabajadores sindicalizados, ya que “estamos hablando de políticas públicas, del fomento de empleo y además de la democratización de la comunicación”. Según Molina, “sería realmente lamentable que por falta de recursos la sociedad uruguaya y la democracia de este país, se quedara sin la posibilidad de contar con un canal de televisión de los trabajadores como una alternativa que de alguna forma permita construir más sociedad. En definitiva todo este proyecto apunta a robustecer la democracia con mayor participación social”.

Para Häfliger existe, para la gestión de un canal televisivo por parte de los

trabajadores, un problema trascendente relacionado a lo económico. Según su opinión la financiación no debería corresponderle al Estado, pues de esta forma “se demuestra incapacidad”. Häfliger cree que el movimiento sindical debe tener capacidad para, por un lado, buscar formas de financiación propias, y por otro encontrar “una buena gestión” a través de personas capacitadas para ello, “no concebimos Mi Canal con los dirigentes sindicales haciendo todo”.

Así como lo explica este entrevistado, desde la concepción de que el movimiento sindical debe alcanzar su autonomía al conducir su canal, los sindicatos que componen el PIT-CNT deben aportar en la producción de la programación. En esto, entiende que “hay sindicatos que económicamente no tiene cómo hacerlo por estar debilitados”, y que por tanto Mi Canal debe contar con una estructura que permita su inclusión.

La estructura planteada para Mi Canal, según su plan comunicacional, dependerá del Instituto Cuesta Duarte⁸. La dirección política estará a cargo del Secretariado del PIT-CNT quien designará un director para el Equipo de Coordinación Ejecutiva y Gestión del canal. Además, se formará un Comité Consultivo y Asesor integrado por las organizaciones sociales interesadas en integrarse al proyecto.

Según las opiniones de los entrevistados hay que pensar “asociaciones con otros” como forma de alimentar la programación del nuevo canal. Es por esto que se piensan vínculos con la Universidad de la República⁹, así como trabajar con los medios que ya existen tanto dentro del país, como en la región. Se piensa que en la medida que éstos sean afines a la propuesta de Mi Canal aportarán a la calidad de la programación. En esto, se establecieron contactos con otras experiencias televisivas que sirviesen, además, como referencia para la creación de Mi Canal. De este modo, se buscó vincular al Sindicato de la Construcción en Argentina -UOCA-, al Sindicato de los Metalúrgicos de San Pablo, Brasil y a Telesur¹⁰.

3.4.3 Representación de los trabajadores en el medio televisivo

Para los encargados de Mi Canal es necesario comprender que la comunicación sindical surge, en primera instancia, atada al conflicto. “Los sindicatos nacen en defensa de

8 Según su propia definición, el Instituto Cuesta-Duarte es una asociación civil creada en 1989 por iniciativa del PIT-CNT con el objetivo global de realizar el apoyo técnico a los trabajadores organizados en materia de formación e investigación: <http://www.cuestaduarte.org.uy/>

9 La Universidad de la República (Udelar) es la principal institución de educación superior y de investigación del Uruguay. Es una institución pública, autónoma y cogobernada por sus docentes, estudiantes y egresados.

10 TeleSUR es un multimedio de comunicación latinoamericano: <http://www.telesurtv.net>

los derechos de los trabajadores”, y por tanto su comunicación, así como lo entiende Curuchet, está relacionada a las tareas de las comisiones de propaganda, mediante las cuales se busca “colocar ante la opinión pública lo que está pasando en tal o cual sector”. Esta lógica, instalada como la habitual forma de comunicar de los sindicatos, parece quebrarse con el desarrollo de un canal televisivo. Para Curuchet, construir un canal de los trabajadores implica dejar de lado una visión de la comunicación siendo “defensiva” para pasar a ser “propositiva”. De esta manera, lo que comienza a cobrar importancia es la comunicación como representación de los trabajadores, dejando de lado su aspecto sólo como transmisora de información.

Como lo expresó Häfliger, refiriéndose a la experiencia de Replanteo TV, ésta “surge de la siguiente conclusión, los medios masivos audiovisuales, en su inmensa mayoría, son de propiedad privada y responden a intereses económicos privados”. En este sentido, a través de los medios “el movimiento sindical tiene poca visibilidad”. Según Häfliger, los medios masivos, además, muchas veces editan “lo que el movimiento sindical dice”, acorde a sus intereses. Como lo expresa Molina los medios de comunicación juegan un papel importante en la sociedad haciendo “todo lo posible para generar y formar opinión”. Según él, la información referida a las organizaciones sociales en los medios tradicionales se construye buscando alguna “fisura en alguna declaración” que casi siempre las desfavorece. Para Häfliger “la propiedad económica de los medios de comunicación termina reflejándose en los contenidos que se deciden emitir y está claro que el movimiento sindical no condice con esos objetivos, con sus mensajes, sus valores, sus prácticas, sus logros”. Según este entrevistado “en general ha estado en la pantalla grande (el movimiento sindical) sobre la base de sus errores, sus dificultades, debilidades y escándalos, o situaciones de debilidad o de ruptura de la unidad”. “Cuando hay problemas, ahí seguro estamos.”

Frente a esta situación Häfliger entiende que “hay quienes tienen, el legítimo pero ingenuo, pensamiento de creer que los medios que existen hoy pueden democratizarse”. Para él la nueva reglamentación de la comunicación no cambiará, “al menos no en un tiempo cercano”, el interés privado de sus propietarios, “ni aspiramos a que los propietarios cambien su parecer, ni vemos como cercano situaciones de expropiación de medios de comunicación, por lo tanto, lo que debemos es hacer nuestros propios medios”. En el caso del SUNCA Häfliger entiende que “como no aspiramos a que una ley democratice nuestro acceso a los medios audiovisuales actuales” el sindicato se propuso la creación de Replanteo TV encontrando un espacio dentro de medios comerciales con la condición de que se pudieran crear contenidos que respondieran a sus necesidades y no a los intereses de esta emisora. De

esta forma, frente a la falta de medios propios, el sindicato logra dar cauce a su necesidad de comunicación contratando un espacio en un medio ya existente con alcance nacional.

Según como lo expresa Häfliger el medio televisivo ocupa un lugar importante para los trabajadores, entendiendo que existen “pocos momentos diferentes al de la televisión para la recreación y el ocio”. En este sentido, es pertinente resaltar la idea que presenta Molina refiriéndose a los objetivos de Mi Canal al decir que “ante todo es importante tener un canal con una óptica distinta, donde se exprese la opinión de los trabajadores ante el acontecer público, político y social.”

Siguiendo estas ideas entendemos que el futuro canal de los trabajadores parece presentarse no sólo como medio de expresión, sino como medio de representación. En cuanto a esto, Häfliger expresa que, “una cosa que yo percibí en los años de prensa y propaganda en el SUNCA fue que cuando nosotros editábamos Replanteo (el periódico) y los compañeros se encontraban en sus imágenes había un alboroto en la obra: '-mirá quien está acá, acá estoy yo-'. Sólo con eso alcanzaba para que hubiera una identificación, la persona había estado y además se reflejaba que había estado. Él había sido protagonista de una gran marcha o de alguna asamblea y se reflejaba en el papel que había participado”.

La importancia de la representación a través de los medios de comunicación, como lo expresa Häfliger, está en que los trabajadores “en tanto actores que producen riqueza” y desempeñan un oficio y un saber determinado, se identifiquen realizando una acción social que es positiva. Para este entrevistado es importante destacar el valor presente en la tarea del trabajador como constructor, tanto de sus condiciones, como de la sociedad en la cual vive. “El mundo que conocemos es producto de nuestro trabajo. En general no se valoriza el trabajo humano como productor de lo que se ve. El mate que estás tomando tiene también un origen en el trabajo humano y lo que está dentro del mate también. Ese elemento tiene que estar, no puede estar ausente como elemento de la comunicación de los trabajadores. Si el trabajador no reconoce lo que hace, bueno, tiene problemas serios de supervivencia.” En este entendido, lo expresado nos permite comprender que un medio de comunicación de los trabajadores contribuye a la identificación del trabajador, quien al verse involucrado a un sector de la producción determinado y a una organización sindical “se fortalece en vínculo con ello”.

3.5 PUNTOS EN COMÚN

En el siguiente capítulo buscaremos una aproximación que nos permita entender

de qué modo los trabajadores perciben la construcción de una representación propia a través del lenguaje visual. Lo haremos en base al resultado del grupo de discusión, por lo cual consideramos necesario que lo dicho en esa instancia dialogue con lo expresado en estas entrevistas. Por tanto, creemos pertinente destacar determinados aspectos que serán luego retomados al fin del próximo apartado.

Según lo expresado aquí, podemos entender la importancia de generar representación en la construcción de un espacio comunicacional comunitario. Para los diferentes entrevistados queda clara la necesidad de que exista un medio en el cual los trabajadores se sientan identificados. En la creación de tal identificación parece ser pertinente oponer un discurso y una forma de mostrar a los trabajadores y sus acciones presentes en los medios tradicionales. Percibimos un acuerdo en que existe una visión restricta del trabajador y el trabajo y que es necesario crear formas comunicacionales que le den a éstos significados alternativos. A partir de lo dicho entendemos que la construcción de un sentido de pertenencia colectivo implica la existencia de un otro a ser reconocido para poder ser confrontado y contestado. Comprendemos a partir de lo tratado por Gabriel Kaplún (2011) que la comunicación comunitaria tiene una función en la construcción de lo colectivo, no siendo solamente un medio para su expresión. En cuanto a esto, y retomando las afirmaciones de los trabajadores, creemos que la pertinencia de un medio comunitario está en el hecho de que se logre evidenciar ese diferencial, dando cuenta de que éste es capaz de presentarse desde otra perspectiva.

Creemos importante destacar ciertos aspectos que los trabajadores consideran deben ser tenidos en cuenta para el montaje de un medio en este ámbito. Como lo expresamos, entendemos que la forma mediante la cual se busque estructurar el medio contribuirá o no a generar un sentido colectivo. De esta forma, la necesidad de crear una estructura que se sostenga no sólo con lo que el movimiento sindical pueda aportar, sino que con la fuerza de otras organizaciones e instituciones, es algo que demuestra la importancia dada al trabajo conjunto y a la generación de vínculos de solidaridad. Sobre esto, podemos destacar también, lo expresado en cuanto a la búsqueda por la autonomía, tanto en relación a lo financiero como a la creación de contenidos. Se reconoce, aquí, la necesidad de contar con una solvencia económica y con una capacitación que permita efectivizar la producción audiovisual. En relación a esto, es importante destacar cómo los trabajadores se han referido a la comunicación, puntualizando que ésta debe ser diferenciada, en el desarrollo de un medio comunitario, de la información. Creemos fundamental esta distinción en la creación de contenidos que no sólo exponen ideas, sino que son, además, generadores de sentido.

4 REPRESENTACIÓN DE LOS TRABAJADORES EN EL ESPACIO TELEVISIVO

Como ya lo explicamos, como forma de abordaje de los objetivos de esta investigación, nos propusimos la realización de un grupo de discusión con la participación de trabajadores de distintos sindicatos que conforman el Plenario Intersindical de Trabajadores-Convención Nacional de Trabajadores (PIT-CNT).

La finalidad de recurrir a esta herramienta metodológica se afirma en la importancia que para el presente estudio tiene el contar con los pareceres, reflexiones y sentires de los propios trabajadores. Al buscar comprender cómo se proyecta un canal como medio para la expresión y representación del colectivo de trabajadores, creímos importante recurrir a su opinión de modo que esto nos permitiese obtener y fundamentar conclusiones.

Como forma de promover el intercambio se recurrió a la visualización de fragmentos de los programas de las dos temporadas en las cuales se emitió Replanteo TV, programa elaborado por el Sindicato Único Nacional de la Construcción y Anexos (SUNCA), quien integra el PIT-CNT. Replanteo TV es el primer programa televisivo realizado en Uruguay por un sindicato. Tuvo dos temporadas en 2013 y 2014, interrumpiendo su programación en 2015, y teniendo perspectivas de volver al aire en 2016. En la primera temporada se emitieron cuatro programas distribuidos semanalmente entre los meses de noviembre y octubre, y en la segunda temporada fueron ocho programas emitidos también de forma semanal, durante los meses de agosto a octubre. Estos programas fueron emitidos por VTV -señal para abonados-, y todo el contenido se encuentra disponible en Internet, a través de un canal en *Youtube*¹¹. El SUNCA define su canal como: “un producto informativo de género documental, que trata temas de actualidad de nuestra industria, recordando de dónde venimos y abordando aspectos sociales, políticos y económicos que se encadenan en la vida del obrero”.

Para conocer mejor esta propuesta realizamos una entrevista a Iván Häfliger, integrante del SUNCA. Häfliger fue productor de esta serie de programas en ambas temporadas, encargándose, junto a otros integrantes del sindicato, tanto de la pre-producción, del desarrollo y de la post-producción de este material audiovisual, especialmente en el primer ciclo. Para la siguiente temporada, frente a ciertas carencia técnicas, se optó por contratar a una productora. De cualquier forma los trabajadores continuaron como responsables del contenido de los mensajes transmitidos. En el momento que esta productora se involucra en la

11 El contenido total de Replanteo TV puede ser visualizado a través de: <https://www.youtube.com/channel/UC64MedygXPHqaZ6AqET8Q2w>

elaboración de Replanteo TV se incorporan una serie de cambios que se concretizan en la segunda temporada, con un desarrollo de la programación principalmente en estudio y con un cambio de presentador que le significa mayor formalidad y acercarse a un formato periodístico tradicional.

Para el desarrollo del grupo de discusión fue realizada una edición mediante la cual se buscó dar cuenta de lo que se consideró más representativo del conjunto de programas. Se incluyó una muestra de la apertura de una y otra temporada, el cambio de presentadores y secciones, y las formas de presentación de algunas temáticas en distintos escenarios (estudio y fuera de estudio) y con la presencia de diferentes actores (trabajadores, conductores, personas reconocidas).

En el siguiente capítulo realizaremos un análisis del total del contenido de estos programas, para lo cual nos serán útiles las reflexiones y apreciaciones que los trabajadores manifestaron en esta instancia. Éstas aportan elementos que nos permitirán comprender mejor la pertinencia y función del programa televisivo y profundizar, así, nuestro análisis.

El grupo de discusión supone el intercambio de ideas a partir de un tema y en base a distintos tópicos que se proponen previamente. De esta forma, establecimos tres ejes de discusión, el primero de ellos: **EJE 1. Representación de los trabajadores en la televisión**, para comprender en qué sentido es importante o necesario que los trabajadores se vean representados en televisión, y cómo se cree que los trabajadores son representados en los medios de comunicación televisivos tradicionales. Por otro lado, nos planteamos un segundo tema: **EJE 2. Representación de los trabajadores en las imágenes de Replanteo TV**, mediante el cual se buscó responder cómo se cree que los trabajadores son representados en las imágenes de Replanteo TV, y cómo los participantes de la actividad, siendo trabajadores, se sienten representados en esas imágenes: ¿conducen con las imágenes elegidas para referirse a los trabajadores? ¿creen que son adecuadas?, ¿creen que podrían ser otras o diferentes en algún sentido? Y un último eje: **EJE 3. Representación de los trabajadores en el futuro canal del PIT-CNT, Mi Canal**, que buscaba responder cuál es la narrativa visual que el canal de la Central Sindical, Mi Canal, debería construir como representación de los trabajadores.

El material de Replanteo TV abrió paso a la discusión, que como dijimos buscó dar respuesta a los ejes planteados. De cualquier forma la definición de estos tópicos se pensó a fin de orientar la discusión sin pretender limitarla y padronizarla, ya que se pretendió reconocer la riqueza del intercambio surgida a través de las intervenciones de cada participante.

Este grupo estuvo constituido por los integrantes de diferentes sindicatos que realizan acciones de comunicación en sus espacios de trabajo. La convocatoria fue realizada a ocho integrantes de los sindicatos: SUTD (Sindicato Único de Trabajadoras Domésticas), FUECYS (Federación Uruguaya de Empleados de Comercio y Servicios), AFGAP (Asociación de Funcionarios de Ganadería, Agricultura y Pesca) PIT-CNT: MI Canal, AFFUR (Agremiación Federal de los Funcionarios de la Universidad da la República), SUA (Sindicato Único de la Aguja), Asociación de Jóvenes del PIT-CNT y SUNCA (Sindicato Único Nacional de la Construcción y Anexos).

Como lo explicamos, la definición de este estudio tiene sus antecedentes en el trabajo desarrollado a través del Servicio Central de Extensión y Actividades en el Medio de la Universidad de la República con la realización, entre los años 2011 y 2013, del curso “Caja de Herramientas: comunicación con organizaciones sociales”, y a partir de la propuesta de investigación “Comunicación en los sindicatos. Entre la acción urgente y la planificación estratégica”, UdelaR y PIT-CNT. A partir de estos espacios de trabajo se han generado vínculos entre las organizaciones sociales y la Universidad de la República. Por tanto, la elección de los sindicatos que participaron del grupo de discusión estuvo fundamentada en la existencia de un trabajo previo realizado en conjunto entre estos actores. Otro motivo que definió la elección de estos sindicatos fue la familiaridad o el involucramiento de estas personas con el desarrollo de la comunicación en sus espacios de participación sindical. Consideramos que esto aportaría mayores elementos a la discusión, ya que el conocimiento de estos temas significaría una aceptación a la participación y una mayor disposición al diálogo.

De la convocatoria inicial participaron finalmente: Cristina Silveira de SUTD; Jorge Pelocche de FUECYS; Jacinto de la Cuerda de AFGAP; Eduardo Curuchet de MI Canal (PIT-CNT) y Joaquín Cabrera de AFFUR. Como participante del grupo de investigación: “Comunicación en los sindicatos. Entre la acción urgente y la planificación estratégica” participó Federico Pritsch como observador de la dinámica, y realizando notas de los puntos más significativos de lo dicho por los distintos participantes.

Hubo muy buena disposición de todos por participar. Los sindicatos que fueron convocados, incluso los que finalmente no pudieron asistir a la reunión, conocen el trabajo que se realiza desde la Universidad de la República, la cual ha buscado trabajar con las organizaciones sociales, especialmente a través de Extensión Universitaria, dando lugar a la construcción de conocimiento a partir de los saberes de estos sectores, y transmitiendo el sentido de trabajar conjunta y horizontalmente. El hecho de contar con este marco de referencia contribuyó al compromiso y la comprensión del sentido de la propuesta del grupo

de discusión.

Al comenzar la actividad explicamos cómo ésta se desarrollaría. Primeramente explicamos el objetivo del presente estudio y la importancia de trabajar con la metodología de grupo de discusión. Expresamos que el objetivo de la investigación es pensar la representación de los trabajadores a través de la experiencia del futuro Mi Canal, para reflexionar de qué manera las organizaciones sociales, teniendo su propio medio de expresión, construyen una representación propia. Además, se planteó que este estudio busca conocer el desarrollo de una narrativa visual y la construcción, a través de ella, de un imaginario de las organizaciones sociales. En cuanto a la metodología se puntualizó la necesidad de considerar en esta investigación no sólo lo pensado por nosotros como investigadores, sino que las experiencias de las organizaciones sociales y sus pareceres. Luego comentamos que utilizaríamos el material de Replanteo TV como forma de dinamizar la discusión y el intercambio, contextualizando de qué trata este programa, ya que algunos participantes no lo conocían.

El desarrollo de la discusión se dio de una manera muy ordenada. Todos participaron y tuvieron la oportunidad de expresar sus consideraciones. Algunos por su personalidad y experiencia se expresaron de forma más extendida. Igualmente esto no significó opacar la opinión de los demás asistentes. El hecho de que participara de la actividad uno de los responsables de la propuesta de Mi Canal, generó que quienes no la conocían buscaran informarse, realizando preguntas a Eduardo Curuchet, centralizando la discusión por varios momentos. Al finalizar el encuentro, todos expresaron la importancia de contar con espacios en los cuales se conozca la tarea que los diferentes sindicatos realizan, así como las personas que las llevan a cabo. Se expresó, además, la pertinencia en el intercambio de ideas y reflexiones.

4.1 DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN

Presentaremos aquí aquello que creímos más representativo del discurso de quienes participaron de esta actividad y aquellos elementos que consideramos aportan datos significativos a nuestro estudio. Intentamos ordenar la información de modo de transmitir de qué manera se fue encadenando cada intervención y cómo se establecieron cruces en el discurso y conclusiones conjuntas. Durante la instancia se fue retomando lo dicho, de modo de establecer relaciones y síntesis que permitieron introducir los diferentes tópicos planteados. Éstos no aparecieron de forma secuencial, y si bien se buscó respetar un orden previamente

definido, tuvimos que introducir los temas en la medida que se desarrollaba el intercambio para cumplir con los objetivos de la actividad.

4.1.1 EJE 1. Representación de los trabajadores en la televisión

Cristina Silveira, del Sindicato Único de Trabajadoras Domésticas (SUTD), afirma la importancia de contar con un canal de los trabajadores donde se pueda expresar un punto de vista sobre los acontecimientos, no sólo del ámbito sindical, sino que también plantee pareceres en relación a otros temas sociales. Para ella es importante construir un medio que sea “un espacio de solidaridad con las luchas de los trabajadores y vocero de otras expresiones populares, que no necesariamente son sindicales”.

Joaquín Cabrera, de la Agrupación Federal de los Funcionarios de la Universidad da la República (AFFUR), considera que los medios masivos de comunicación han creado una visión negativa de los trabajadores organizados, y especifica que hay un tratamiento diferencial entre éstos y “los trabajadores en abstracto”. Afirma que se construyó una visión de la acción sindical como responsable de generar situaciones de conflicto negativas para la política del país. En es sentido, Cabrera cree que es importante que los trabajadores se posicionen desde un lugar que los favorezca en lo que él entiende como “una disputa por el sentido”, y en la cual es importante contar con un medio de expresión propio de los trabajadores. Para esto, según su parecer, es necesario que las organizaciones sociales cuenten con una estrategia de comunicación que pueda responder a estas cuestiones y alterar el lugar negativo que se les ha asignado.

En cuanto a esto Jorge Pelocche, de la Federación Uruguaya de Empleados de Comercio y Servicios (FUECYS), también opina que los medios de comunicación tradicionales construyen una representación particular de los trabajadores al mostrarlos repetidamente en situaciones de conflicto. En contraposición a esto, según lo entiende, el programa del SUNCA muestra a los trabajadores desarrollando tareas laborales y llevando a cabo ciertas actividades que los coloca desde la acción y la autonomía.

Para Jacinto de la Cuerda, de la Asociación de Funcionarios de Ganadería, Agricultura y Pesca (AFGAP), los medios privados de comunicación “concentrados en pocas manos”, y siendo Uruguay un medio pequeño, construyen un discurso y una imagen unificada. Jacinto comparte la visión que a los trabajadores se los representan como “corporativos” y “antidemocráticos”, siempre desde una visión negativa y asociada al conflicto, “cuando somos exactamente lo contrario, porque no existe organización más

democrática que la de los trabajadores”. Cree en la necesidad de que las organizaciones sociales tengan sus medios de comunicación, y que en este caso Mi Canal comience a ser la alternativa, ya que como lo expresa “tenemos que mostrarnos tal cual somos”.

En relación a esto Eduardo Curuchet, representante del PIT-CNT, reafirma la necesidad de que exista un canal televisivo comunitario, ya que esto “significa que por primera vez, la sociedad organizada sale a disputar a los medios privados el espacio que le corresponde como derecho humano”. Para él este es un motivo fundamental por el cual debe existir una experiencia de comunicación de los trabajadores, porque es de esta forma que se funda un antecedente en este sentido. Expresa que tener el canal de los trabajadores implicó competir con la Cámara de Comercio, quienes también presentaron una propuesta para contar un canal de tipo comunitario, el cual fue finalmente destinado a la gestión del PTI-CNT. Esto, según él, es de por sí un hecho importante que genera precedentes y que debe ser reconocido como un logro. Por estas razones piensa que se debe llevar adelante la propuesta de Mi Canal como un desafío, en el cual “se presentarán muchas contradicciones”, ya que reconoce que los trabajadores no tienen formación para llevar adelante una propuesta de este tipo y que les implicará “aprender en la práctica”. Existe una gran pretensión al plantearse un “un canal de comunicación y no sólo de información” que trascienda el propio ámbito de lo sindical para que tenga una pertinencia a nivel social.

En relación a este tema Joaquín Cabrera entiende que para que un canal funcione desde una lógica distinta a la de un medio comercial debe plantearse también una estructura diferente. Debe crearse “una democracia interna” que garantice “cierto control político de los propios trabajadores”. Por otro lado, cree necesario el contar con autonomía económica y editorial que le permita funcionar con independencia.

4.1.2 EJE 2. Representación de los trabajadores en las imágenes de Replanteo TV

Luego de visualizar las imágenes de Replanteo TV abrimos el diálogo preguntando a los participantes si se sentían identificados y representados como trabajadores en la narrativa visual presentada.

Jacinto de la Cuerda destaca que las imágenes vistas logran sobre todo representar la especificidad del Sindicato Único Nacional de la Construcción y Anexos. En su opinión, a través de ciertos elementos visuales, como lo es el uso del color, las camisetas y sus banderas, se da cuenta de aquellos rasgos que identifican a este sindicato. Para él la importancia está en el hecho de que se resalten los logros y valores del sindicato, evidenciados éstos en las

diferentes imágenes de manifestaciones, donde se puntualiza la unidad y la solidaridad. Jacinto destaca como importante el hecho que a lo largo de las imágenes vistas se evidencie la “presencia de una historia y un contexto en el cual el sindicato actúa”, así como el vínculo del “movimiento sindical con la sociedad”. En su opinión los trabajadores aquí “se hacen ver”, es decir que, desde una posición activa, “crean identidad”. Para él los trabajadores son mostrados desde una actitud creativa y constructiva de un proceso hacia “la participación organizada”.

En relación a este tema Jorge Pelоче resalta el *slogan* elegido para caracterizar a Replanteo TV: “comunicación desde y para los trabajadores”, afirmando que es en la primera temporada donde esta frase se adecua más a lo que el programa representa. En cuanto a esto, Joaquín Cabrera también se expresa, afirmando que en la primera temporada existe una mayor identificación de lo que él considera son las características de los trabajadores, con un “tono más popular” por el hecho de “mostrar el barrio, los militantes”, y que en cambio, en la segunda temporada al tener “una locución más neutra” y “un toque más comercial y más sobrio” se “desvincula” “la base militante del sindicato y se pasa a representar a los dirigentes o algunos referentes académicos e institucionales y políticos”. Cabrera insiste en el hecho de que en la primera temporada se evidencia una mayor identificación con lo que podría ser una comunicación elaborada por los trabajadores, la cual se pierde en la segunda temporada, ya que no existe una identificación tan clara y directa con ellos.

Pelоче opina que si él fuera trabajador del SUNCA, este material lo representaría como trabajador de la construcción, ya que existe una preocupación por mostrar las particularidades del “tipo de trabajador de la construcción”. Se muestra al trabajador como alguien que se moviliza y que a través de ello consigue logros que mejoran sus condiciones. Destaca que se construye una visión positiva de la tarea, ya que según su parecer en la práctica, el trabajo de un obrero de la construcción es muy dificultoso y en esta representación televisiva se lo muestra desde otro aspecto.

Cristina Silveira destaca la importancia que tiene el hecho de reflejar lo colectivo en las imágenes de Replanteo TV. Afirma que en su sindicato existe una dificultad por generar acciones que nucleen al conjunto de las trabajadoras, debido a que la propia tarea se desarrolla de manera individual. Para ella, el hecho de mostrar “tanta gente” es significativo, ya que esto contribuye a visualizar la iniciativa colectiva “luchando por sus derechos”. Silveira cuenta que desde el sindicato de trabajadoras domésticas se realizó un material audiovisual donde se buscó mostrar a cada trabajadora que forma parte del sindicato. Según como ella lo expresa “eso incentivó a muchas compañeras”, ya que “aparecer” significa ser parte de una iniciativa conjunta. Silveira entiende que a través de la comunicación es posible “llegar a la gente” y

que eso es importante en la medida que genera identificación.

Para Eduardo Curuchet el hecho de que exista un producto televisivo realizado por los trabajadores ya es positivo. Cree que es importante contar con una experiencia de este tipo que permitirá ser un punto de partida para la exploración de “un lenguaje que el movimiento obrero uruguayo no tiene, sobre todo en televisión abierta”. Esta iniciativa, según su perspectiva, aporta elementos para pensar formas de mejorar la comunicación del movimiento sindical. En consonancia con esto, Joaquín Cabrera también cree que contar con un medio de comunicación de los trabajadores contribuye a “hacer un camino en la experiencia de crear contenidos televisivos que los representen”, significa para él “dejar un recorrido hecho para que aparezcan nuevas formas de hacer televisión, y para reflexionar sobre ellas”.

4.1.3 EJE 3. Representación de los trabajadores en el futuro canal del PIT-CNT, Mi Canal

Jorge Pelocche opina que al tener un canal de los trabajadores es pertinente pensar en las características del formato y lo que se transmite a través de la presentación de los contenidos. Argumentando lo dicho, se refiere a las diferencias que una y otra temporada de Replanteo TV presentan. Para él la primera temporada se adecua más a lo que debería ser, en su opinión, un canal de los trabajadores. La presentación de los contenidos en la primera temporada, cuestionan para él la pertinencia y necesidad de contar con un medio televisivo.

Eduardo Curuchet puntualiza que se ha instituido una forma específica de hacer televisión, y que al momento de generar productos alternativos inevitablemente se reproduce un formato. Para él la televisión comunitaria está en un fase de construcción y experimentación, por lo cual ésta deberá adecuarse a condiciones que se presentan adversas a su desarrollo. Curuchet se refiere a esto en cuanto a un formato del lenguaje audiovisual, pero también, y teniendo en cuenta la particularidad del canal de los trabajadores, a que existe una concepción particular sobre la tarea del trabajo en sí. Para él existe una idea que divide la tarea intelectual del trabajo manual, por la cual, en su opinión, “la mayoría de los trabajadores intelectuales no se sienten trabajadores”. Cree que esto es un ejemplo de las definiciones que implican cuestiones de fondo a ser discutidas, porque de otro modo “puede haber un formato que funcione, que sea bien construido audiovisualmente, pero que acabe reproduciendo los mismos paradigmas sobre los cuales se comprende al trabajador y su tarea”. De cualquier forma, se reconoce una dificultad frente a esto, pues como lo afirma Curuchet “tendemos a

reproducir lo que vemos y está instalado como habitual”. Según su opinión, un canal de los trabajadores no estará exento de contradicciones, por lo cual propone realizar diagnósticos sistemáticos que revisen los contenidos que se van produciendo, para que éstos se adecuen de la mejor forma a los valores que se desea transmitir.

Todos los participantes concordaron en la necesidad de contemplar la diversidad de voces que componen el PIT-CNT. Para Jorge Peloché el hecho de tener un canal implica dar cuenta de una multiplicidad de actores con características e ideas distintas, ya que desde su perspectiva tener un canal “podría servir, pero también ser un gran problema”. Según su opinión las instituciones que absorben muchas cuestiones dentro de sí, se vuelven “totalizadoras y totalitarias” y eso “puede ser riesgoso también”.

Para Eduardo Curuchet la experiencia de Mi Canal es una oportunidad para que las organizaciones sociales se apropien de un espacio de comunicación que está en proceso de creación. “Querer ampliar la participación no significa que todas las organizaciones y sectores de la sociedad que no tienen actualmente espacio en otros medios estarán aquí representados, ya que eso sería prácticamente insostenible, pero sí, será necesario ir trabajando, en un proceso, en la inclusión de aquellos que no tiene voz.” Debe reconocerse que la invisibilidad de ciertos actores en los presentes medios televisivos se da por una falta de interés, que no tiene que ver con una definición de lenguajes y formatos. Es por esto que se reafirma la necesidad de revalorizar la acción sindical, no asociada al conflicto, ya que de esa forma se “simplifica una visión de lo que el trabajo implica y de lo que los trabajadores aportan y pueden aportar a la sociedad”.

Joaquín Cabrera, en cuanto al tema discutido sobre incorporar una diversidad de voces, cree que esto implica un riesgo. Él considera que en “general no hay una representación plural” de todos los sindicatos que componen el PIT-CNT al momento de comunicar las acciones sindicales. Hay, según su opinión “una conducción bastante unitaria que pretende más o menos abarcar las distintas expresiones, pero que no necesariamente las representa”. Cabrera considera que el movimiento sindical debe buscar “el reconocimiento de la variedad de corrientes, organizaciones políticas y ramas productivas que conviven en el movimiento”, y que éstas deberían poder expresarse en un canal que, siendo de todos los trabajadores, “dé cuenta de las ideologías presentes”.

Tanto para Cabrera, como para otros participantes del grupo de discusión, es importante que un canal de los trabajadores pueda mostrar las particularidades del trabajo, “lo que el trabajador construye para la sociedad en sí como producto de su manualidad e intelecto”. Se cree necesario reflejar la diversidad de la tarea a través del uso de un lenguaje

tanto documental como ficcional que permita que los trabajadores “se apropien del discurso”, una vez que se visualizan también como sujetos de esas acciones.

4.2 APRECIACIONES EN COMÚN

Podemos decir que hay un acuerdo generalizado en cuanto a la importancia de contar con un canal de los trabajadores que pueda ser una expresión alternativa para éstos. Según las opiniones vertidas en esta instancia, se entiende que los medios masivos de comunicación han construido una visión que no favorece la representación de las organizaciones sociales, ya que mayoritariamente se las asocia a situaciones de reclamo y conflicto.

En las entrevistas realizadas, expuestas en el capítulo anterior, veámos también de qué modo los trabajadores concordaban con la necesidad de construir un discurso que desmarque a las organizaciones de los valores atribuidos habitualmente en los medios tradicionales. En su texto *Socialismo y Cultura*, Antonio Gramsci (Coutinho, 2011) expresa la importancia de que los individuos, y podríamos decir también los sujetos colectivos, se reconozcan mejor a sí mismo a través de los otros, de modo de conocer mejor a los otros a través de sí mismos. Existe una tentativa por establecer una diferencia con las formas habituales y más difundidas de producir comunicación sobre los trabajadores. Como ya lo expresamos, entendemos que a través del lenguaje se construye una visión de sociedad específica y que la comunicación contribuye a dar unidad a una ideología, mediante la cual se construye una percepción unificada del mundo. En este sentido, lo que parece ser trascendental es la presentación de un contrapunto que critique el sentido común atribuido como representación de estos actores, para generar un disenso en el pretendido consentimiento social.

Se cree que Replanteo TV, logra, en cierta medida, colocar una perspectiva más optimista de las actividades y logros del sindicato que representa, y de la tarea del trabajador en sí, valorizándola y destacando su pertinencia. En varias ocasiones, durante el intercambio, se puntualizó la trascendencia que la experiencia llevada adelante por el SUNCA tiene al presentarse como punto de referencia para el desarrollo de una comunicación de los trabajadores. Así como se entiende la importancia de que éstos se expresen en el medio televisivo, se reconoce la dificultad por desarrollar tal propuesta, ya que la falta de recursos y experiencias previas va en detrimento de ello.

Consideramos pertinente destacar también cómo se cuestionó particularmente la

existencia de un medio que represente al conjunto de trabajadores. Se afirma que existe una multiplicidad de actores e intereses que constituyen el movimiento sindical, por lo cual se debería pensar, sobre todo, en un medio que contemple esa diversidad. En cuanto a esto quedó expresada la necesidad de discutir y acordar esos valores fundamentales, mediante los cuales se funda la comunicación de la unión de sindicatos. Existe una preocupación manifiesta en que el medio televisivo limite la representación, ya que se cree que puede darse una pretensión totalizante que acabe haciendo pasar una “voz oficial” como la expresión de todos los trabajadores.

En cuanto a esto, es importante pensar que en la puesta en práctica de un espacio colectivo, los trabajadores deberán cuestionar las bases mediante las cuales lo implementan. En el primer capítulo nos referimos a las ideas de Cicilia Peruzzo (1998) sobre el desarrollo de una comunicación comunitaria. A través de sus conceptos entendimos que, muchas veces, en la pretensión por establecer una comunicación acorde a los sentidos que las organizaciones sociales detentan, se acaban reproduciendo lógicas verticalistas que no aportan a una construcción colectiva. Entendemos que la realidad de las organizaciones no puede entenderse apartada de los vínculos que se establecen entre la sociedad civil y la sociedad política (Coutinho, 2011). Como lo entiende Falero (2007) debemos pensar la participación de los individuos en las organizaciones sociales va adaptándose a coyuntura políticas, que por momentos las favorecen e incentivan y en ocasiones las debilitan. Es decir, que las formas de participación que el conjunto de los sindicatos se da a la interna del movimiento sindical repercutirá en la organización y dinámica que sus medios de comunicación tendrán.

Los trabajadores entienden, además, que su medio televisivo debe producir un lenguaje audiovisual que se adecue a los contenidos y valores que éste desea transmitir. En los intercambios del grupo de discusión se puntualizó cómo en Replanteo TV, a través del cambio de formato de una temporada para la otra, los trabajadores pierden identificación con lo que se muestra en pantalla. En relación a esto es pertinente destacar la importancia que tiene la definición de una narrativa visual que responda a las necesidades de comunicación de un medio comunitario que representa a los trabajadores organizados y sobre los cuales se quiere construir determinado imaginario.

En el próximo capítulo intentaremos, a través de un análisis de los contenidos elaborados por Replanteo TV, entender cómo se construye una narrativa visual de los trabajadores, considerando que, como fue expresado en el grupo de discusión, existe una tendencia a reproducir formas comunicacionales tradicionales. Queda claro, entonces, que debemos pensar en cómo los trabajadores se reapropian de las formas de dar sentido a partir

de la imagen, ya que no podemos decir que exista una comunicación propia de los trabajadores. Por un lado porque ésta es incipiente y se encuentra en un proceso de construcción, pero además porque debemos entenderla, así como lo expresa Williams (2000), en interacción con las formas culturales históricamente constituidas. Por esto, buscamos adecuado pensar cómo los trabajadores activan sus sentidos y significados dentro de las formaciones estables de la cultura.

5 LA CONSTITUCIÓN DE UNA NARRATIVA VISUAL PROPIA DE LOS TRABAJADORES. ANÁLISIS DE REPLANTEO TV

En la primera parte de este trabajo, a partir de los anteriores capítulos, buscamos abrir un camino a la comprensión de las potencialidades y limitaciones del desarrollo de una comunicación comunitaria, en una coyuntura social, política y económica actual determinada. En este capítulo queremos pensar de qué forma las organizaciones sociales, a través de su canal televisivo, generan modos propios de ver y mostrar. Nos proponemos pensar cómo -si esto fuera posible- éstas instalan nuevas estéticas y nuevas referencias de lo visible y enunciable. Para esto analizaremos las producciones realizadas por el Sindicato Único Nacional de la Construcción y Anexos en su programa televisivo Replanteo TV.

Se pretende pensar aquí cómo las organizaciones sociales construyen sus propias narrativas a partir de la elaboración de ciertas imágenes. Para esto queremos comprender las representaciones elaboradas por los trabajadores sindicalizados como formas potenciales de generar experiencia, es decir nos interesa pensar acerca del poder de la narrativa visual por abrir a la percepción a nuevos sentidos. Pretendemos poner en cuestión cómo estos productos, si es que lo hacen, generan una mirada inédita, a partir de la creación de modos de expresión alternativos.

Como forma de abordar tales cuestiones realizaremos primeramente una indagación teórica para comprender cuáles son los aspectos que una narrativa visual contempla o podría contemplar al ser elaborada como representación para un colectivo. Esto nos dará paso, luego, a la realización del análisis del contenido de los programas de Replanteo TV.

En relación al análisis, propondremos un camino metodológico según la lectura de autores como Iluska Coutinho (2012), Josep M. Català (2014), Lorenzo Vilches (1988) y Martine Joly (2009). En este sentido, se cree preciso entender la imagen como un sistema de significados que asumen una serie de relaciones. Entendemos la importancia de considerar los contextos en los cuales son enunciados los contenidos a ser analizados, así como los canales por medio de los cuales éstos son difundidos y recepcionados.

5.1 HACER CON IMÁGENES

Entendemos que las imágenes no son un medio dado para la sola expresión de ideas y experiencias, sino que mediante ellas los individuos son capaces de crearlas

(Williams, 2000). Las imágenes, así como otras formas del lenguaje, tienen un carácter material en la medida que son creadas por los individuos a través de la interacción social, como modo de actuar sobre su entorno y transformarlo. Es decir, la creación de signos no parte de una necesidad individual, sino que se construye a partir de un intercambio social.

Jacques Rancière (2009) afirma que para ser pensado, lo real debe ser ficcionado. Esto quiere decir que, como forma de actuar sobre su realidad, los individuos construyen relatos sobre ella.

No se trata, por consiguiente, de decir que la “Historia” no está hecha más que con las historias que nos contamos unos a otros, sino simplemente que la “razón de las historias” y las capacidades de actuar como agentes históricos van juntos. La política y el arte, como los saberes, construyen “ficciones”, es decir, reagenciamientos materiales de los signos y de las imágenes, de las relaciones entre lo que vemos y lo que decimos, entre lo que hacemos y lo que podemos hacer. (Rancière, 2009, p. 49)

Según esta idea de Rancière entendemos que al construir sus mensajes, los trabajadores dan un orden particular a una serie de signos disponibles. Con esto crean formas inteligibles y sensibles, mediante las cuales atribuyen sentido a sus acciones y se comprenden a sí mismos, a la vez que actúan sobre su entorno. Los trabajadores, entonces, construyen relaciones entre imágenes, palabras y sonidos según sus expectativas de comunicación y como modo de enfrentar una necesidad, no sólo de expresión, sino que también de representación y acción.

En los contenidos elaborados por el Sindicato Único Nacional de la Construcción y Anexos, a través de su programa televisivo Replanteo TV, se colocan como elementos discursivos las acciones que los trabajadores realizan. Son tomadas aquí las tareas que como modo de subsistencia éstos llevan adelante, así como aquellas que hacen a sus reivindicaciones. En una trama de representación son incluidas informaciones vinculadas al mismo desarrollo laboral, a expresiones ocurridas en manifestaciones y a otras actividades que el sindicato se propone, así como testimonios que dan cuenta de las tareas presentes e históricas de los trabajadores. Entendemos que a través de esta construcción comunicativa, puede crearse una identificación, tanto para los trabajadores que aparecen en pantalla, como para los que se ven en la imagen de otros. Queremos, entonces, observar de qué manera las propias experiencias del trabajador, en forma individual, y como siendo éstos parte de un colectivo, son tomadas como base de los mensajes transmitidos.

Así como lo explica Santos Netos (2013), tomando las ideas desarrolladas por Georg Lukács (1966), puede decirse que es en el hacer cotidiano, y dentro de un contexto social determinado, que los sujetos construyen sus experiencias. Lo cotidiano, desde esta

perspectiva, funciona como terreno donde los individuos crean sus vivencias, dan sentido a su existencia, y actúan sobre las circunstancias que los envuelven. Entendemos que a través de las formas creativas, tanto a través del trabajo como por medio del arte, los individuos logran conocer y sensibilizarse con lo que les sucede, generando, de este modo, experiencias significativas. Es por esto que resaltamos la importancia de comprender de qué modo la elaboración de una narrativa, como actividad creativa y constructiva, da sentido y representación a los trabajadores.

Tomando las ideas desarrolladas por Sánchez Vázquez (2011), profesor español y actuante en la Universidad Nacional Autónoma de México, comprendemos que los productos comunicacionales creados por los trabajadores pueden funcionar como formas de objetivación. En el momento que los individuos crean objetos con determinado fin, se crean, en este proceso, también a sí mismos. Según como lo explica Sánchez Vázquez (2011), la creación enriquece al individuo, logrando plasmar finalidades, ideas y sentimientos en un material concreto sensible. La expresión de la fuerza creadora que existe al realizar una imagen, un sonido, una pintura e incluso a partir del lenguaje, es la asimilación del mundo por parte del individuo. Puede entenderse, entonces, que el individuo no se afirma solamente como ser pensante, sino mediante todo los sentidos y formas específicas de sensibilidad humana.

Así como lo explica Sánchez Vázquez (2011),

Se o homem só pode se realizar saindo de si mesmo, projetando-se fora, isto é, objetivando-se, a arte cumpre uma alta função no processo de humanização do próprio homem. Mas isto quer dizer, por sua vez, que a objetivação tem que se dar, primeiro, em toda sua positividade, e, segundo, sobre uma base real, concreta, histórico-social (Sánchez Vázquez, 2011, p. 49)

De esta forma, entendemos que la creación individual no es una mera proyección del sujeto, sino de una circunstancia social. El sentido estético es construido socialmente y surge en su determinación colectiva. Lukács (1966) entiende que la creación artística es necesaria como una forma que el individuo posee de actuar sobre su contexto. A través de ella es posible crear lo que el autor entiende como una segunda inmediatez. Para Lukács (1966) la inmediatez cotidiana presenta al individuo el mundo de forma fragmentada, discontinua y heterogénea. Esto implica una dificultad por entrelazar y dar sentido a lo que sucede en ese ámbito. De este modo, las creaciones artísticas al singularizar aquello que se presenta disperso, establecen una continuidad y presentan lo cotidiano de una forma aprehensible.

Según como lo explica Santos Netos (2013) al referirse al concepto de catarsis,

también trabajado por Lukács, el hecho de que a través de la expresión artística se produzca un distanciamiento de lo cotidiano, no implica la presentación de nuevos hechos o la iluminación de lo ya conocido con una nuevos enfoques. La creación que objetiva los hechos de la cotidianidad producen una novedad cualitativa a la visión. Esto quiere decir que al producirse una alteración en la percepción, ésta se torna apta para comprender y aprehender lo habitual de otro modo. Es de esta forma que se profundiza la percepción, y se concretizan las relaciones entre los acontecimientos y de éstos con los individuos.

Creemos que estas conceptualizaciones nos son útiles al momento de pensar nuestro objeto de análisis. Lo que queremos dilucidar, al tomar tales conceptos, es si a través de la creación de imágenes, los trabajadores, apropiándose de las potencialidades de lenguaje visual, logran producir ese extrañamiento catártico. Queremos entender si al construir sus discursos los trabajadores se distancian de lo que les es próximo y objetivan, tanto su tarea colectiva, como su individualidad. Es posible que al crear una comunicación sobre una base no abstracta, sino que anclada en un contexto histórico social, pueda producirse una identificación de los trabajadores, generando experiencias y tornándolas comprensibles y aprehensibles. Como lo expresamos, al crear modos de expresión, los individuos no sólo comunican sus ideas y pretensiones, sino que a través de ello se apropian y construyen realidad. Sobre la idea de que a través de su experiencia los trabajadores crean cuadros de sentido y significación, queremos pensar de qué modo, en un contexto actual, los trabajadores generan marcos de referencia para un actuar colectivo.

Ante esto, debemos entender que en el contexto de las relaciones económico sociales, la tarea que vincula a los individuos con los objetos de su creación, pierde, en algún sentido, reconocimiento. Los individuos se apartan de aquello que los ligan a su tarea laboral, en la medida que existe tanto una división, como una mecanización del trabajo. Al fragmentarse las tareas, los individuos no se reconocen en los productos de su trabajo, ni visualizan a éstos siendo la expresión de sí mismos y su actividad. Esos procesos van en detrimento a una autoafirmación y un autoconocimiento (Sánchez Vázquez, 2011).

Según Didi-Huberman existen imágenes críticas capaces de suscitar experiencias y hacernos ver de otro modo. Son imágenes que produce formas en formación (Didi-Huberman, 2010), es decir, imágenes dialécticas que permiten la construcción de nuevas significaciones, atrayendo nuevas creaciones y perspectivas. Son imágenes que producen crisis, porque son capaces de criticar las maneras de verla. No hay, por tanto, imágenes dialécticas sin un trabajo crítico que coloque a éstas y a quienes las producen y reciben en una crisis. “Quando uma obra consegue reconhecer seu caráter, seu elemento

mítico e memorativo do qual procede para ultrapassá-lo, então ela se torna uma imagem autêntica” (Huberman, 2010, p. 193). Según esta idea es posible activar el potencial poder que la imagen tiene, desde una postura activa que la resignifique.

Si seguimos tales conceptos, y consideramos la existencia de imágenes críticas capaces de producir el deseo de ver más allá de lo explícito, podríamos pensar qué tipo de narrativa visual es construida por los trabajadores. Podemos considerar la posibilidad de una construcción de imágenes capaces de hacer pensar, de generar receptores no hablados, sino que hablan, no pensados, sino que piensan, y no interpretados, sino que interpretan. Queremos reflexionar si pueden existir narrativas visuales capaces de alimentar la capacidad de diálogo, de generar condiciones subjetivas que colocan a los trabajadores siendo enunciadores, lo cuales, en un proceso de negociación de sentidos, se posicionan con autonomía.

Según lo expresado hasta aquí, creemos pertinente buscar acercarnos a una conceptualización sobre lo que entendemos por experiencia. En cuanto a esto, nos es útil recurrir a los conceptos desarrollados por el grupo de investigación Imagem e Sociabilidade del Programa en Pos-graduación en Comunicación de la Universidad Federal de Minas Gerais, Brasil. La profesora Vera França (2012) explica el concepto de acontecimiento como aquello capaz de irrumpir en lo cotidiano. Lo cotidiano transcurre a través de cierta continuidad de hechos que se suceden repetitivamente. El acontecimiento viene a producir un desequilibrio en ese continuo. Este hecho motiva una acción, ya que al producirse un movimiento que desacomoda lo estable, se activa la necesidad de retornar a lo habitual. En esa inquietación los individuos se ven en la tentativa de tener que inventar formas de volver a esa normalidad que antecedió a la irrupción.

Siguiendo esta idea podemos afirmar que es a través de este proceso que se produce experiencia. En la medida que el acontecimiento genera en los individuos una percepción diferenciada de lo cotidiano, éstos son capaces de reposicionar sus experiencias ya vividas. El acontecimiento incorpora al cotidiano una nueva experiencia que marcará un trayecto para la orientación de acciones futuras. Los acontecimientos, entonces, funcionan para los sujetos como formas de comprender su cotidiano y actuar sobre él.

Con respecto a estas ideas, creemos preciso intentar comprender cómo un medio de comunicación de los trabajadores construye acontecimientos y genera una experiencia para su comunidad de referencia. Esto es, de qué forma, si es que lo hace, toma aspectos de la vida cotidiana, los trabaja simbólicamente y aporta la construcción de miradas sobre un pasado, incorpora nuevas perspectivas y contribuye con una proyección. Queremos pensar qué tipo de narrativa visual es capaz de conducir una experiencia significativa para los trabajadores. Si

pensamos en la importancia de generar medios que conectan a los individuos con su capacidad transformadora y creativa, podríamos reflexionar en qué medida la narrativa visual propuesta por los trabajadores aporta a la afirmación de estos sujetos. Antes de esto, tal vez debamos pensar si la construcción de una narrativa visual creada en un medio televisivo con sus características particulares, puede contribuir con tales finalidades.

5.2 FORMAS TRADICIONALES Y FORMAS ALTERNATIVAS

Como forma de indagar acerca de los modos mediante los cuales las organizaciones sociales construyen sus imágenes, pensado éstos siendo o pretendiendo ser un tipo de narración alternativa, podemos recurrir a las ideas de David Bordwell (2005). Este autor busca conceptualizar el estilo narrativo clásico presente en el cine hollywoodiano. Partir de esta lectura nos permite comprender de qué manera ciertas formas de estructurar el relato se han instalado como formas habituales, predisponiendo maneras específicas de recepcionar imágenes. La difusión y la importancia de este tipo de estructura clásica del relato, manteniendo formatos a lo largo de un gran período histórico, y siendo aceptado por los espectadores, ha determinado las expectativas frente a lo visto en pantalla. Reconocemos que el autor se centra en el análisis de una narrativa cinematográfica, pero entendemos que al estar refiriendo a modos de percepción, estos pueden ser entendidos también en una construcción televisiva.

Las narrativas han adoptado una manera determinada de estructurarse que ha condicionado la percepción. Los relatos que pretenden instalarse generando nuevos sentidos, recurren a romper estas reglas para generar miradas alternativas. Creemos que para entender cómo se estructuran nuevas formas de expresión, debemos comprender cuáles son las bases que componen una narrativa tradicional, de modo de que esto nos permita establecer un contrapunto analítico.

Según Bordwell (2005) existe en la narrativa tradicional, como vehículo para la transmisión de una historia, un número limitado de recursos técnicos. Este tipo de narración se caracteriza por pretender borrar las huellas de la enunciación. Con la idea de que la acción fluya y el espectador se inserte “naturalmente” en la escena, permaneciendo suspendido dentro de la atmósfera del relato, se recurre al despliegue de estrategias que oculten el artificio. Así, el espectador no se entera, o se olvida, de la presencia de aquellos lentes, cámaras, escenografías y demás artefactos, responsables de que el relato audiovisual tenga lugar. Existe un trabajo minucioso por hacer sentir confortable al espectador. La imagen, el

sonido y el montaje se ensamblan de una escena a otra generando una armonía. De esta forma, la atención se mantiene plano a plano y la pieza fluye a un ritmo sostenido.

En la narrativa tradicional se busca que las decisiones que toman los personajes tengan causas claras. Generalmente hay un personaje principal que conduce la acción, siempre yendo al encuentro del equilibrio y eliminando cualquier elemento perturbador. Como forma de orientar el hilo de la historia, se le otorga al espectador la información necesaria que haga explícito los porqués de su desarrollo. Una línea de acción se deja en suspenso para motivar la próxima escena, que retoma lo pendiente, dando al relato una linealidad. Los personajes entran en conflicto con otros personajes o con circunstancias externas, para acabar resolviendo un problema que concluye, o no, con los objetivos establecidos al comienzo de la narración (Bordwell, 2005).

Cada movimiento efectuado en la narración está pautado por una causa y un efecto que completan las lagunas y los vacíos que puedan aparecer, determinando que nada quede suelto o inconcluso. El trabajo sobre lo explícito y lo evidente se refuerza a través de redundancias, como recurso que contribuye a que el espectador se anticipe a los hechos y acabe prediciendo lo que va a ocurrir. El narrador omnisciente lanza datos en un tiempo y un espacio que se muestran como transparentes. Todo queda dicho frente a la visión del espectador, en la medida que la omnipresencia del narrador lo deja traslucir.

Hay un especial cuidado en la utilización de recursos técnicos que contribuyen a evidenciar el centro de la escena. La iluminación se focaliza señalando sobre qué debemos posar nuestra atención. El destaque de una figura sobre un fondo nos indica cuál es el foco transcendental de la escena y qué elementos anexos están en un segundo nivel de importancia.

Por otro lado, los movimientos de cámara dejan espacio para la sucesión de la acción. La entrada y salida de los personajes a escena son conducidos por una serie de planos generalmente frontales -a la altura de la visión- distribuidos entre primeros planos y planos americanos. El encuadre se centra y los personajes que cumplen un papel importante para la historia no se recortan (Bordwell, 2005).

De esta manera, la trama del relato tradicional se teje a través de un contrato hecho con el espectador en el cual éste se introduce en la ficción dejando de lado cualquier perturbación o sospecha que rompa tal acuerdo. Es por esto que el espectador se mantiene de cierta manera ajeno y observando lo que sucede a distancia, una distancia con la historia, los personajes y los ambientes, que aunque lo conmoverán y lograrán, en ocasiones, ser expresiones de él mismo, quedarán encerrados en ese tránsito de principio, desarrollo y final sin grandes alteraciones. Si en algún momento algo dentro de la historia significó un peligro,

al final todo queda resultado.

Como forma de pensar sobre las estrategias desarrolladas por las organizaciones sociales para construir sus propias narrativas como expresión de sus formas de pensar, hacer y sentir, podríamos cuestionar la posibilidad en la constitución de alternativas a las formas tradicionales de representar, decir y mostrar. Podríamos reflexionar cómo pueden ser creadas otras estéticas, y otros modos de conducir al espectador dentro del relato con recursos técnicos que alteren valores del plano y generen iluminaciones con nuevas sombras.

5.3 ASPECTOS PARA EL ANÁLISIS

Como ya lo explicamos, Replanteo TV es un programa televisivo elaborado por el Sindicato Único Nacional de la Construcción y Anexos. Es el primer programa televisivo realizado en Uruguay por un sindicato. Se transmite por VTV -señal para abonados- desde el 26 de octubre de 2013. Este programa contó con dos temporadas en 2013 y 2014, fue suspendido en 2015 y se espera su retorno en 2016. La primera temporada fue realizada enteramente por los trabajadores encargados de la comunicación del sindicato, y en la segunda temporada una productora privada estuvo a cargo de la propuesta, participando tanto en la elección del formato, como en la filmación y edición. En este caso los trabajadores se mantuvieron como responsables en la definición de los contenidos.

Para realizar este análisis creemos pertinente definir un camino que nos permita pensar de qué forma es construida una narrativa visual en Replanteo TV. El objetivo es construir ciertos parámetros de interpretación que se correspondan a los objetivos de este estudio y a ciertos criterios pre-definidos adaptados a éstos. El análisis se basará en la observación de determinados aspectos que estarán relacionados a definiciones previamente establecidas.

Hemos elegido trabajar con la totalidad del material producido en las dos temporadas en las cuales se desarrolló Replanteo TV. Esto fue definido desde un criterio de exhaustividad y de no selección. Creemos que trabajar de este modo aporta mayores elementos al análisis y nos dará la posibilidad de establecer conclusiones más profundas y argumentadas.

Así como lo plantea Josep M. Català (2014) realizar una interpretación de la imagen supone deconstruirla para poder tornarla legible. Tomando como referencia los aspectos metodológicos propuestos por este autor, creemos necesario encontrar una base estable que sirva como sustento para significar nuestro análisis. A diferencia de la imagen

fotográfica, fija e impresa, el lenguaje audiovisual se construye a través de una sucesión de imágenes con un carácter efímero. La imagen transcurre en permanente cambio, pero es creada, sin embargo, sobre la base de un lenguaje con criterios definidos. Existe secuencialidad y repetición de recursos y formatos que determinan la identidad de los productos y las particularidades del medio televisivo. Por tanto, creemos que en la repetición de estos parámetros es donde podemos encontrar las pistas de enunciación desde donde partirá este análisis.

Reconocemos que existe un contexto de enunciación en el cual se construye Replanteo TV. Éste, con sus especificidad, debe ser considerado al momento de realizar el análisis aquí propuesto. En los capítulos anteriores buscamos contextualizar ciertos aspectos socio-culturales que, creemos, determinan la existencia de códigos compartidos mediante los cuales son creados los productos televisivos, y por medio de los cuales los destinatarios podrán elaborar una respuesta determinada.

Para el presente análisis tomaremos, según la lectura de Lorenzo Vilches (1988) y Martine Joly (2009) la construcción del programa televisivo como texto. Según esta perspectiva la imagen televisiva estaría constituida por distintos tipos de signos que, relacionados entre sí, construyen un mensaje específico. Una lectura del programa Replanteo TV como texto debe observarse como un discurso continuo con una coherencia textual específica. Podríamos hablar, entonces, de un texto o narrativa visual a ser leído (Coutinho, 2012), que no puede ser entendido sin la noción de competencia discursiva del destinatario, que es quien actualiza ese texto.

Creemos necesario pensar la imagen como mensaje visual en el cual interaccionan signos icónicos, plásticos y lingüísticos (Joly, 2009). El texto visual, con una estructura narrativa propia, posee un nivel físico de expresión. Éste se presenta a través de líneas, de relaciones entre figura y fondo, y por medio de la profundidad que se destaca en el uso del color, la luz, y el contraste. Los planos de encuadre forman parte de una gramática de la imagen y poseen una codificación o padronización que crean, a su vez, determinados géneros. La disposición de los objetos en la escena, los espacios libres, los tiempos de exhibición de la imagen, el ritmo de montaje, los movimientos de cámara, son formas de poner en relieve determinados aspectos. En cuanto a esto, debemos tener en cuenta que la composición de la imagen implica siempre realizar determinadas elecciones.

Según el enfoque semiológico de Joly (2009) debemos entender la imagen como una herramienta de comunicación. Las imágenes son signos no porque aparecen por sí mismas, sino porque establecen una forma particular de producir sentido. Un sentido que es

siempre movedizo y vivo. De esta forma, la imagen debe ser leída desplazada de lo que presenta en primer término. Como lo explica este autor, bajo una necesidad socio-histórica se exaltó el carácter de semejanza y mutuo reconocimiento entre imagen y objeto. Debemos entender, para el presente análisis, la imagen no sólo como un signo icónico que representa a su objeto desde cierta similaridad, sino también, como un símbolo que rompe tanto la continuidad de semejanza como la contigüidad de la imagen como índice¹².

Debemos entender que la imagen no tiene un solo significado, sino que diferentes tratos. Nos interesa entenderla especialmente es su aspecto connotativo, es decir, como construcción de significado y sentido y no como copia de algo. Es preciso reconocer la imagen como síntoma de ciertos valores simbólicos, que por medio de interrelacionar los elementos que la componen inducen y hacen ver, así como construyen representación.

La interpretación de la imagen consiste, entonces, en ir más allá de su aspecto denotativo. Esto implica niveles de lectura implícitos e interpretaciones contextualizadas que parten de aquello colectivamente compartido. Es por eso que no buscamos tomar solamente el signo icónico como el único involucrado en la composición de la imagen, sino que creemos importante considerar también la fuerza semiótica de los signos plásticos (Joly, 2009).

Según lo expuesto aquí podríamos plantearnos determinar la presencia de símbolos, e imágenes dialéctica, tomando las propuestas de los autores Josep Català (2014), Jacques Rancière (2011) y Didi-Huberman (2010), pero adaptándolas en algunos aspectos para que pueda servir a nuestras necesidades de análisis. De este modo, es posible entender, en la construcción de las imágenes, la existencia de símbolos culturales como elementos que adquieren un valor especial para una comunidad. Entendemos, así, que los símbolos median un significado ya establecido, y es por eso que para Català (2014) éstos podrían entenderse siendo pasivos. Por lo contrario, el autor propone entender el símbolo como activo, cuyo significado no se vea como consolidado, sino que en un proceso de simbolización, mediante el cual se crean formas significantes.

Para explicar las imágenes dialécticas, Didi-Huberman (2010) se refiere a la presencia de imágenes críticas, siendo éstas capaces de suscitar una experiencia en los espectadores, creando la posibilidad de ver de otro modo. En una relación de ausencia y presencia se logran crear formas en formación. Estas imágenes producen una ambigüedad, no son imágenes claras ni transparentes. En este sentido, entendemos lo que expresa Didi-

12 Martine Joly (2009) explica, desde una perspectiva semiótica, qué se entiende por signo y cuáles son sus componentes, tomando autores clásicos como Ferdinand de Saussure y Charles Sanders Peirce. No es nuestra intención en este caso profundizar en tales conceptos, por lo que obviamos aquí ciertas explicaciones.

Huberman cuando afirma que no hay imágenes dialécticas sin un trabajo crítico.

[...] uma imagem em crise, uma imagem que critica a imagem, capaz por tanto de um efeito, de uma eficácia, e por isso uma imagem que critica nossas maneiras de vê-la, na medida em que, ao nos olhar, ela nos obriga a olhá-la verdadeiramente. E nos obriga a escrever esse olhar, não “transcrevê-lo”, mas para constituí-lo. (Didi-Huberman, 2010, p. 171-172).

Para Jacques Rancière la construcción de una imagen dialéctica es una forma de colocar en relación elementos heterogéneos que no poseen, en principio, vínculo entre sí. Para este autor crear una imagen dialéctica es una forma “de poner en escena una extrañeza de lo familiar, para hacer aparecer otro orden de medida que sólo se descubre mediante la violencia de un conflicto” (2011, p. 72). De la misma forma, un símbolo también se crea en base a establecer una familiaridad entre dos elementos disímiles y hasta opuestos, con la diferencia que la manera simbolista reúne elementos en una relación de co-pertenencia, es decir no contrastada ni conflictiva.

Entendemos que la presencia de imágenes dialécticas y de formas simbólicas en las narrativas visuales construidas en Replanteo TV, pueden ser recursos que permitan generar experiencias en los trabajadores, según como lo explicamos anteriormente. Consideramos que la identificación de estos aspectos, desde un análisis de las formas no explícitas de construcción del relato, contribuirá a profundizar nuestro estudio.

Como forma recurrir a una guía que oriente el análisis pretendido en este trabajo, creemos de utilidad tomar los aportes teóricos de Vilches (1988) y Joly (2009). Estos serán readaptados de forma que se adecuen a los objetivos de esta investigación.

Podremos referirnos, entonces, a diferentes elementos que se presentan en la construcción de la narrativa visual. De esta forma, podríamos ubicar los elementos plásticos, así como los denomina Joly (2009), entendiendo el uso de colores, tonos, líneas y formas. Éstos se articulan a un tipo específico de expresión, donde los distintos ángulos, planos y movimientos de cámara elegidos darán lugar a determinada particularidad del mensaje. Éstos podrán significar los diversos enfoques o puntos de vista que los realizadores proponen, determinando, a su vez, la recepción de las imágenes.

Sabemos que existen diferentes planos a los que se recurre en la construcción de la imagen. Éstos poseen diferentes valores y significados. La imagen podrá presentarse, entonces, en un plano general, medio o americano, en un primer plano o en un primerísimo primer plano (Vilches, 1988). Cada uno de estas formas aporta un diferencial al sentido del mensaje construido. Según estos aspectos podríamos estudiar la relación cercanía/lejanía, y de

visibilidad/invisibilidad. Observaremos además, cómo se presentan los ángulos de cámara y la inclinación de planos. Éstos cobran también un diferencial, pudiendo presentarse, por ejemplo, en picados o contra picados. El tipo de iluminación, también aportará elementos, estableciendo una relación de claros y oscuros, que podrá significar una tentativa de resaltar ciertos aspectos, ocultando o restándole importancia a otros. Creemos necesario buscar comprender, además, cómo se establecen los encuadres, los cuales funcionan como marcos que ordenan la percepción de la imagen. Aquí observaremos si existen movimientos de cámaras o encuadres fijos y cómo son desarrollados los cambios de plano.

Teniendo en cuenta que la continuidad de las imágenes funciona como una memoria que contiene la información de cada plano, se observará la linealidad en el relato o su ruptura. Queremos entender, entonces, si existe una temporalidad o una transgresión en ella. Creemos pertinente, además, observar si existen distorsiones en la expresión de la imagen, si los realizadores, intencionalmente o por un defecto técnico, dejan aparecer ruidos como desenfoces, defectos en la iluminación, temblores y saltos en la imagen, elementos extraños que den lugar a una reinterpretación y sobre las cuales el espectador deba añadir significado.

Creemos que la definición de tópicos estabiliza los temas que la imagen representa. Al establecer categorías semánticas redundantes se hace posible una lectura guiada del texto visual. Existe un criterio de secuencialidad por medio del cual el espectador acepta el modo narrativo al que se enfrenta. Esta secuencialidad contribuye con comunicar un mensaje a través de un pacto negociado que se establece entre productor y espectador. El aprendizaje de ciertas reglas de composición del relato construyen la expectativa de la existencia de un principio, un final, un argumento, unos personajes y un estilo. Buscaremos observar la presencia de códigos técnico-estilísticos en su construcción o ruptura (Vilches, 1988).

Por otro lado, queremos observar quiénes son los sujetos de enunciación que construyen los mensajes, y cómo éstos son mostrados. Proponemos aquí tener en cuenta los contextos en los cuales aparecen estos sujetos. El contexto donde se desarrollan las escenas presentadas en Replanteo TV aporta una referencia espacial a los espectadores que será relacionada y confrontada con las ideas previas que éstos ya poseen, y que se presentarán como claves interpretativas.

Existe un juego constructivo de dentro y fuera de escena que debe ser observado. En el lenguaje televisivo, lo no mostrado en un escena puede aparecer en la siguiente. Esto se diferencia de la fotografía, por ejemplo, donde la información se reduce a una lectura de lo

que en ella se muestra. Es por esto que el lenguaje en la televisión juega con las expectativas y experiencias del espectador. Existe, aquí, una relación entre lo visible e invisible. Lo que aparece y lo que es descartado en una escena construye un relato determinado. La producción visual, entonces, se construye a través de una presentación y un ocultamiento específicos. Es por esto, que se establece una relación entre presencia y ausencia, y entre saber y no ver (Vilches, 1988). En cuanto a esto podríamos pensar cómo se construye esa relación entre lo mostrado y lo no mostrado, para entender lo que el relato visual explicita y qué es aquello que decide dar lugar a una interpretación más libre por parte del espectador.

Proponemos pensar, en consonancia con esto, cómo se orienta al espectador dentro de una escena. Podríamos pensar como lo propone Vilches (1988) en dos modos de la presencia del observador, uno implícito, cuando la escena aparece siendo mirada por alguien, podríamos decir, una cámara objetiva donde el espectador es observador; o un espectador que se transforma actuante en la escena y que junto con el realizador descubre las imágenes y las acompaña, siendo también sujeto de ellas. Queremos observar aquí cuáles son los elementos que involucran al destinatario como sujeto activo. Buscaremos observar qué aspectos referencian a los espectadores y si en las producciones analizadas éstos son colocados como sujetos productores de discurso. Veremos si existen gestos y miradas que se dirijan a ellos para comprender de qué modo estos son contemplados.

En cuanto a esto consideramos útil observar la repetición de códigos expresivos y estilísticos que puedan establecerse como marcas fijas en la construcción narrativa. De esta forma, queremos entender la construcción del relato a través de géneros específicos, que se traducen en la existencia y desarrollo de una marca inicial, intermedia y final, explicitada en un comienzo, un clímax y determinadas resoluciones o causas de la acción.

5.4 TÓPICOS A ANALIZAR

Con el objetivo de ordenar los conceptos que pretendemos estudiar, creamos un cuadro que distingue tres grandes tópicos de análisis.

<p>Nivel 1: Representación de los trabajadores</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo son representados los trabajadores? <ul style="list-style-type: none"> a) ¿Son protagonistas en la construcción de la imagen televisiva? b) ¿Aparecen siendo sujetos de la enunciación? c) ¿Se los muestra cumpliendo qué roles? - Las imágenes que referencian a los trabajadores muestra a éstos en qué contextos: laboral /doméstico/reivindicativo, individual/colectivo - Dramatización: ¿Qué valores de plano y enfoques se les atribuye con mayor frecuencia? - ¿Cómo se construye la representación de los trabajadores en relaciones de presencia/ausencia y visibilidad / invisibilidad?
<p>Nivel 2: Modos de expresión alternativos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Existen distorsiones en la imagen que den lugar a re-interpretaciones o se intenta romper parámetros y formas habituales de producción y recepción de la imagen? - ¿Existe secuencialidad narrativas? <ul style="list-style-type: none"> a) ¿Los planos y encuadres se encadenan de forma armónica para el espectador? b) ¿Es respetada una linealidad en el relato?
<p>Nivel 3: Capacidad de las imágenes por generar experiencias para los trabajadores</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo son referenciados los destinatarios del programa televisivo? ¿Cómo se involucra a los destinatarios? - ¿La narrativa visual producida en Replanteo TV se relacionan con aspectos de la vida cotidiana de los trabajadores? - ¿Estas imágenes contribuyen con una reflexión sobre la realidad de los trabajadores? - ¿Esas imágenes son referencias de un contexto socio cultural e histórico para los trabajadores?

Cuadro 1: Nivel de análisis.

Como forma de contestar las diferentes interrogantes aquí planteadas realizamos una visualización de los doce programas de Replanteo TV y ordenamos la información en los siguientes cuadros, según los niveles de análisis que propusimos.

Nivel 1

Temporada 1			
Programa 1			
	Tema de enunciación	Sujeto de enunciación ¿Quién es el protagonista?	Trabajadores: activos / pasivos
Escena ¹³			

Cuadro 2: Representación de los trabajadores

Temporada 1				
Programa 1				
	Plano	Ángulos de cámara	Iluminación	Movimientos de cámara
Escena				

Cuadro 3: Construcción dramática

Temporada 1			
Programa 1			
	Exteriores (Laboral/Doméstico/ Reivindicativo)	Estudio	Individual/colectivo
Escena			

Cuadro 4: Contexto

Nivel 2

Temporada 1				
Programa 1				
	Distorsiones	Armonía en los planos	Linealidad (inicio, medio, fin)	Presencia/ ausencia Visibilidad/ invisibilidad
Escena				

Cuadro 5: Adopción de parámetros y formas habituales

¹³Entenderemos aquí escena como la unidad narrativa que sucede en un mismo espacio y tiempo.

Nivel 3

Temporada 1		
Programa 1		
	Orientación del espectador (observador o sujeto)	Elementos que referencian a los trabajadores: cotidiano / contexto cultural y socio-histórico
Escena		

Cuadro 6: Orientación del espectador

De un total de doce programas de Replanteo TV, fueron analizados aquí once, ya que la última emisión de la segunda temporada fue un resumen de lo ocurrido en sus siete emisiones. Optamos por analizar el contenido de las imágenes, excluyendo el análisis de gráficos, imágenes tomadas de otros medios y *spots* creados por el sindicato.

Considerando que ambas temporadas presentan características diferentes nos referiremos a cada una por separado, de forma de intentar dar cuenta de sus particularidades, pero estableciendo siempre relaciones entre ellas. Presentaremos el resultado de la observación realizada respetando el orden que propusimos dar a través de los niveles definidos para el análisis.

5.5 ANÁLISIS**5.5.1 Nivel 1: Representación de los trabajadores**

En los cuatro programas de la primera temporada se encontró una división en diecinueve escenas. En estas narrativas se presentaron los siguientes temas: actividades y manifestaciones del sindicato, temas legales y la experiencia de una cooperativa de trabajadores. En todos los programas observamos que los trabajadores tienen protagonismo como enunciadores de los temas presentados. Podríamos decir que éstos, según lo que hemos observado, son principalmente activos en la primera temporada, esto quiere decir que siendo protagonistas de la enunciación también tiene participación en la construcción de la narrativa, expresándose en su propia voz. En la segunda temporada, en cambio, son más frecuentes las escenas donde al estar hablando de un asunto que refiere a la tarea del sindicato, los trabajadores aparecen siendo referenciados por medio de la expresión de otros actores. En el caso de esta primera temporada, principalmente, esto se da a través de la voz del presentador quien tiene mucho protagonismo a lo largo de estas escenas. Debemos aclarar que el

presentador elegido en la primera temporada es una persona reconocida para el medio artístico en Uruguay.

En la segunda temporada al introducir a otros actores y otras temáticas, los trabajadores aparecen menos veces siendo protagonistas de enunciación. En este caso, los temas planteados son: actividades y manifestaciones del sindicato, noticias vinculadas al SUNCA y de interés para éste, testimonio de trabajadores, temas legales y culturales con la realización de entrevistas a personas públicamente reconocidas. Podemos decir, también, que en la primera temporada se recurre, en comparación con la segunda, en menor escala, a la voz de técnicos (académicos, políticos). Se buscó observar una distinción entre la voz de aquellos que cumplen el rol de dirigentes y los demás trabajadores. En ambas temporadas vemos que la presencia de directivos del SUNCA como protagonistas de enunciación no es superior a la de los demás trabajadores.

En cuanto a la construcción dramática, vemos que en la primera temporada la mayoría de planos son medios, presentando alguna angulación de cámara, pero siendo la mayoría planos frontales. En la segunda temporada existe también una mayor cantidad de imágenes presentadas en planos medios, aunque se incorpora una importante presencia de primeros planos. En cuanto a los planos detalle no se observa que tengan mayor preeminencia en una temporada que en la otra. En ambas, éstos se presentan ocasionalmente, y sobre todo, en imágenes que apoyan la construcción narrativa central. Por otro lado, en una y otra temporada es recurrente el uso del recurso como picado y contrapicado, especialmente en imágenes que muestran el discurso de los trabajadores en alguna manifestación o acto público.

En relación al uso de las fuentes de iluminación, en las dos temporadas, se observa que éstas se presentan, tanto las naturales como las artificiales, de forma global. En el caso de la segunda temporada, y teniendo en cuenta como se explicó antes, por el hecho de contar aquí con otros recursos, se presenta, en algunas ocasiones, una luz artificial dirigida a aquellos sujetos de enunciación. Con esto se logra dar realce a un figura que se destaca del fondo, focalizando la atención en una sola acción.

Por otro lado, pudimos observar que se han utilizado mayoritariamente cámaras fijas y que los movimientos más utilizados son los paneos. En ocasiones concretas se percibe cómo la cámara se acomoda para captar la acción del protagonista de la enunciación de ese momento. En dos casos puntuales se realiza acompañamiento de la acción a través del uso del

*travelling*¹⁴. Por otro lado, podemos destacar en la primera temporada, el uso, en dos ocasiones, de una cámara rápida y una cámara lenta, siendo estos recursos descartados en la segunda temporada.

En relación a los contextos en los cuales se desarrollan las escenas, observamos que en la primera temporada la mayoría son exteriores. De un total de 19 escenas, 15 se presentaron en lugares donde el sindicato realiza actividades, domicilios particulares de las personas entrevistadas, en la calle (en el caso de las manifestaciones) y una escena realizada en el Parlamento. De este total 4 fueron en estudio. Según como lo explicaron los realizadores de Replanteo TV, en la segunda temporada se optó por montar un escenografía particular, por lo cual, al contrario que en la primera temporada, de las 40 escenas, 26 se desarrollaron en estudio y 14 en exteriores. En esta segunda temporada los contextos de enunciación se presentaron como los siguientes: instituciones, manifestaciones e imágenes en localidades donde se desarrollan actividades de interés para el sindicato.

Podemos decir que en estos contextos, en la primera temporada, los sujetos de enunciación aparecen, tanto en ámbitos colectivos como individuales, en una número aproximado de escenas. En cambio, en la segunda temporada el número de escenas que los sujetos de enunciación aparecen de forma individual duplica las formas colectivas.

5.5.2 Nivel 2: Modos de expresión alternativos

En cuanto a un análisis referido a la adopción de parámetros y formas habituales en la creación de la narrativa visual, podemos decir que en la primera temporada no se presentan mayores distorsiones en la construcción de las imágenes. En algunas escenas se ven imágenes con poca luminosidad, entendemos que esto se debe a condiciones técnicas y no a un recurso buscado. En esta temporada también se presentan algunas escenas en las cuales se producen contraluces, desenfoques y una limitada profundidad de campo. Esto ocurre al final de la temporada, por lo que puede verse que existe una exploración del lenguaje visual, con el manejo de recursos que no estaban presentes en los primeros programas.

En relación a esto, en la segunda temporada, es recurrente la presentación de entrevistas con muy poca profundidad de campo. De esta forma se concentra la acción en la persona que habla y el contexto es colocado en un segundo plano. Otro elemento a destacar aquí, es el uso de fotografías fijas utilizadas para dar cuenta del tema narrado. En esta

14 Desplazamiento de la cámara a través de un movimiento continuo que acompaña la acción.

temporada se incorpora un espacio destinado al testimonio de trabajadores. Estas imágenes son en estudio y se presentan en blanco y negro, hecho que agrega un recurso no utilizado hasta el momento.

En ambas temporadas se observa la búsqueda de un cuidado con la armonía de los planos. La mayoría de las imágenes se construye en planos únicos. En los momentos que una misma escena presenta más de un plano el encadenamiento entre ellos es equilibrado, pasando generalmente de un plano medio a un primer plano, o de un plano general a un plano medio. Como dijimos los planos detalles no son tan comunes, en este caso también se percibe una búsqueda por anteponer a este tipo de construcción visual un primer plano o un plano medio.

En relación a la linealidad del relato, en la mayoría de los casos se percibió una búsqueda por crear imágenes que acompañasen el discurso de los enunciadores. La secuencialidad es conseguida a partir de que la narrativa visual se construye respondiendo a lo que fue anunciado en la escena anterior. En la mayoría de los casos, en ambas temporadas, el relato se desarrolla en un solo lugar, por lo cual la acción queda enmarcada en un escenario concreto.

Nos propusimos buscar comprender aquello que la narrativa visual coloca como visible y explícito, en relación a aquello que está implícito y dado por entendido. Como dijimos, siendo parte de la linealidad del relato, se presenta un tema de una forma discursiva por parte del presentador o de otros enunciadores, y luego a través de las imágenes se da cuenta de lo dicho. De esta forma, se ve una preocupación por contextualizar los discursos presentados. Esto se da a través de imágenes que complementan el tema central narrado, las cuales, en varias oportunidades, buscan referenciar la tarea del trabajo de la construcción.

En la mayoría de los casos, tanto en una temporada como en otra, el presentador, quien entrevista a las personas que construyen la narrativa, aparece en la escena. En la segunda temporada, sólo en dos ocasiones se realizan entrevistas en las cuales no aparece en la escena el entrevistador, más que sosteniendo el micrófono y excluyendo su voz. Este formato es repetido en la sección del programa destinada al testimonio de los trabajadores. Aquí, el trabajador aparece, podríamos decir que sin intermediarios, respondiendo preguntas o discursando sobre un tema sin aparecer en la escena una guía para esta acción.

También en relación a esto, observamos que al presentarse un número importante de imágenes en estudio, especialmente en la segunda temporada, la construcción de las imágenes se realiza alrededor del intercambio de los hablantes, en una presentación de plano/contra-plano.

5.5.3 Nivel 3: Capacidad de las imágenes por generar experiencias para los trabajadores

En la mayoría de los casos para ambas temporadas se mantiene un espectador de tipo observador, es decir un espectador ajeno a la escena. Sin embargo, en algunas ocasiones específicas y en distintos programas, observamos una alternación de esto. Por ejemplo, en un momento mientras los enunciadores hablan, la cámara se aleja y se posiciona mostrando un nuevo punto de vista de la acción. En otro momento la cámara acompaña la tarea de un trabajador que se desplaza en el encuadre.

En relación a las imágenes que dan cuenta del contexto de los trabajadores, podemos destacar distintos elementos. Por un lado, en varias oportunidades se narra visualmente la tarea del trabajo específico de la construcción y se presenta a los trabajadores en su ámbito laboral con aquellos elementos que los identifica como trabajadores, tanto en su vestimenta como por medio de sus herramientas de trabajo. Por otro lado, existe una clara referencia al SUNCA a través de la presencia de componentes gráficos (impresos en banderas, carteles y vestimenta) y por medio de los colores que representan a este sindicato.

5.6 CONCLUSIONES PARA EL ANÁLISIS

Como ya lo explicamos Replanteo TV incorporó en su segunda temporada un nuevo formato utilizando recursos que no estaban presentes en la primera serie de programas. Observamos que en la primera temporada hubo una exploración del lenguaje audiovisual, mediante el cual se acrecentaron diferentes modos de expresión a lo largo de los cuatro programas. Por ejemplo, en uno de los programas de esta temporada se construye una ficción donde el presentador y un trabajador explican cuáles son los elementos de seguridad que deben ser usados al trabajar dentro de una fábrica. En cambio, en la segunda temporada, podemos decir que se padroniza un lenguaje con sesiones específicas que se repiten en cada programa, sin incorporar recursos novedosos o diferenciales, sino que manteniéndose dentro de un padrón. De esta forma, en todas las emisiones se realiza una presentación como anuncio de los temas que el programa contendrá, y luego se pasa a los demás bloques: “La Semana al día”, con noticias relacionadas a la actividad del sindicato; “Indicadores”, donde a través de gráficos y estadísticas se presentan ciertas informaciones de interés para la tarea del trabajador; “De ayer a hoy”, con testimonios de trabajadores sobre sus experiencias laborales y personales; “Constructores”, donde se entrevista a una persona reconocida de la cultura, del ámbito político, sindical o académico; y finalmente se realiza un cierre por parte de la

presentadora quien anuncia lo que ocurrirá en el siguiente programa.

Podemos decir que existe una anticipación del espectador al suceso de imágenes que crean el relato. Si pensamos en la posibilidad de que ciertas imágenes irrumpen despertando en los espectadores el deseo por ver más allá de lo que éstas explicitan (Rancière, 2011), creemos que difícilmente esto se produzca en lo repetitivo, en lo habitual y en lo que puede preverse. Por lo tanto, creemos que la padronización de imágenes no contribuye a producir una tensión en la representación y en la recepción de imágenes.

En general, podríamos decir que en ambas temporadas existe una búsqueda por mantener y repetir cierto formato. La mayor parte de las escenas se presentan en planos medios a un nivel de la mirada, y a través de cámaras fijas. Cuando se recurre al uso de otros recursos es principalmente en imágenes que describen lo que se narra, siendo común tomas a nivel del piso, picados, contra picados y primeros y primerísimos planos que muestran en detalles acciones, elementos y texturas. Además, se observaron en estos espacios algunas imágenes a contraluz y una imagen metafórica en donde la cámara enfoca el cielo y gira por unos segundos. En cuanto a esto, y cuestionándonos cuáles son esas imágenes que generan curiosidad y una voluntad por trascender lo que éstas dicen en un nivel denotativo, podríamos decir que la construcción de metáforas, al pretender romper con un sentido mimético, quiebran una asignación única y estable. Entendemos, entonces, que pueden construirse imágenes críticas, en el sentido que lo trabajamos aquí a partir de los autores citados, una vez que se produce un disenso, una desconexión entre lo habitual y aquello que irrumpe para hacer ver de otro modo y despertar un movimiento que generará nuevas conexiones.

Observamos que hay una preocupación por focalizar y centralizar la atención, sobre todo en la segunda temporada cuando, con el uso de la profundidad de campo, se resalta a la persona del fondo, dándole un destaque particular en la construcción general de la escena. Esto también ocurre a través del color y por medio de cómo es creado un escenario para las imágenes que se desarrollan en estudio. El color predominante aquí es el blanco, y de esta forma se logra percibir cómo se resaltan las figuras, tanto de los presentadores como de los entrevistados. Vemos que predomina, especialmente en la primera temporada, pero también en la segunda, la figura del presentador, quien aparece en las escenas construyendo y guiando el relato. Aquellas personas que son elegidas como enunciadores (trabajadores, académicos, político, artistas) nunca hablan a la cámara. Quiénes se dirigen al público son los presentadores, en algunas ocasiones éstos hablan con los entrevistados y el espectador se mantiene siendo observador de esa conversación. Por momentos los presentadores hablan directamente a la cámara como estableciendo un nexo entre lo que ocurre en la escena y más

allá de la pantalla. Cuando los trabajadores, sea en un ambiente laboral o dentro del estudio (en la sesión “De ayer a hoy”), aparecen siendo los únicos enunciadores, dando su testimonio sobre algún asunto, éstos se colocan frente a la cámara siguiendo un hilo conductor implícito, pues no aparece la voz del entrevistador. Podría decirse que el lugar que los trabajadores tienen en la narrativa visual de Replanteo TV les es asignado a través una manera particular de ser, de ver y decir que los coloca a veces como narrador sin una aparente guía que establezca los nexos de lo que se expresa, pero mayormente siendo conducido y habilitado por otros.

A lo largo de este trabajo buscamos resaltar la importancia que tiene el hecho de reflexionar sobre la puesta en práctica de una comunicación comunitaria. Podemos decir que Replanteo TV, al pretender ser un programa construido por los trabajadores con destino a éstos, podría buscar una igualdad entre espectador y enunciador. Creemos que para que esto suceda los trabajadores deben ser presentados con protagonismo y autonomía. Entendemos que es fundamental una identificación entre aquellos que se muestran como constructores de las escenas y aquellos que las reciben. A lo largo de las visualizaciones del conjunto de programas de Replanteo TV entendimos que no se trata sólo de que los trabajadores aparezcan como narradores de sus historias, sino que vemos especialmente significativo el establecer nuevas relaciones entre lo que se enuncia y las formas visibles que representan a los trabajadores. Consideramos que las imágenes que mayor riqueza tienen en este sentido, son aquellas en las que los trabajadores son sujetos de acción. Es decir, que no sólo aparecen expresando ideas, sino que construyendo, en la acción misma de su trabajo, en la participación de una manifestación, una asamblea o una actividad, una acción común.

Creemos importante referirnos, en relación a esto, al material creado como propaganda o publicidad del sindicato. Como ya lo expresamos, decidimos excluir estas producciones del análisis general, pero creemos importante puntualizar aquí ciertos aspectos, ya que entendemos, existe en ellas una construcción distinta a la realizada en el resto del programa.

Los trabajadores que participaron del grupo de discusión se refirieron a la necesidad de valorizar el trabajo a través de una comunicación televisiva. Como lo dijimos aquí, existe una importancia por representar la tarea que llevan adelante los trabajadores, no sólo desde una dimensión cognocitiva, sino que sensible. En la elaboración de la ficción los realizadores se permiten recurrir a la metáfora y a lo simbólico para construir un mensaje que busca personalizar al trabajador y representar la tarea que realiza.

Refiriéndonos a las ideas de Didi-Huberman (2010) y Jacques Rancière (2011)

entendimos que existen imágenes simbólicas a las cuales se le atribuye un significado socialmente compartido y aceptado. Si entendemos que existe una búsqueda en la creación de un lenguaje que se adecue a las necesidades de representación de los trabajadores y las organizaciones sociales, podríamos adherir a la idea de que existe en la construcción de la imagen un proceso de simbolización. Es decir, que aquellas ideas habituales que han sido construidas para caracterizar a estos sectores, de una forma explícita, pero también en un nivel simbólico, estará siendo reapropiada por los trabajadores para cuestionar y reelaborar ese simbólico.

En la producción de este material visual se da cuenta del acontecer cotidiano de tres trabajadores elegidos como personajes para esta ficción. Entendemos que la finalidad de esta narrativa es que las personas que la construyen, aunque siendo actores, consigan ser visualizados como trabajadores, y que el contexto en el cual aparecen se aproxime a aquél transitado cotidianamente por ellos. Esto, a nuestro modo de ver, genera una identificación, desde la creación de imágenes que pueden ser recepcionadas por el espectador en equilibrio y desde una coherencia de los significados que aparecen en pantallas con aquellos que se expresan en su cotidiano. Entendemos que no se busca, como lo haría la construcción de una imagen dialéctica, generar un conflicto en la unión de elementos heterogéneos, sino que establecer vínculos con lo que los trabajadores viven una relación no conflictiva. A través de la elección de ciertos recursos como la iluminación, los movimientos de cámara, la calidad de la imagen y la opción del color, esta creación visual genera un ambiente de estabilidad y placer para el mensaje transmitido. Creemos que esto es significativo en la medida que el trabajador y su tarea se crean en la imagen a través de un lenguaje que busca realzarlo y valorizarlo.

Si comprendemos la importancia que a través de una creación comunicacional se genere una tensión que manifieste una voluntad para el planteo de una alternativa, esto es, la generación de experiencia, visualizamos la elaboración de un lenguaje televisivo como un desafío. Creemos que la capacidad de alimentar el disenso puede darse a partir de nuevos modos de exposición, mediante los cuales se separa al trabajador de un modo habitual para colocarlo en una situación en la cual éste tiene voz y puede crear un espacio de posibilidades.

Creemos que la importancia de la representación de los trabajadores en un medio propio está en que el proceso de simbolización que busca representarlos a través de la imagen, es creado por ellos mismos. Es decir, que lo trascendental es que esa identificación es creada por los mismos trabajadores, que son ellos quienes crean un conjunto de posibilidades de atribución de sentidos.

A partir de las ideas desarrolladas por Jacques Rancière (2011) en el Espectador Emancipado, entendemos que a través de una narrativa visual, creada en un canal televisivo de los trabajadores, éstos deberían ser entendidos como sujetos que observan, seleccionan e interpretan, es decir seres que actúan, tanto cuando son enunciadores y protagonistas de las escenas, como cuando son receptores de esas imágenes. Comprendemos la importancia que tiene para el sindicato de trabajadores el hecho de reforzar una capacidad colectiva que contribuya a crear mejores condiciones y mayor autonomía para los trabajadores. Entendemos que para que una situación pueda modificarse, no basta con el hecho de tomar conocimiento de todo lo que está involucrado en ella, sino que como lo expresa Rancière (2011), se trata de adquirir “pasiones' que sean inapropiadas para esa situación” (p. 64). Es por esto que una narrativa visual, al generar relaciones alternativas entre lo que se muestra y significa, puede modificar lo representable y contribuir, antes que a comprender situaciones de opresión, a hacer sentir situaciones no opresivas.

6 CONSIDERACIONES FINALES

Los procesos de democratización de la comunicación en los países latinoamericanos, con mayores o menores conquistas, contribuyen a que las organizaciones sociales puedan posicionarse en la disputa por el sentido de un proyecto hegemónico de sociedad desde un lugar más favorable. La actual reglamentación de medios de comunicación en Uruguay puede visualizarse como una oportunidad que abre el espacio público de la comunicación al diálogo de nuevas experiencias y formas de entender y actuar en sociedad.

A través de plantear un nuevo escenario para el desarrollo de la comunicación, se manifiesta la posibilidad de establecer nuevos consensos y cohesiones sociales. Debemos entender que esta reconfiguración y apertura del espacio comunicacional se presenta como una oportunidad para que las organizaciones sociales adquieran una mayor autonomía. Entendemos que esto dependerá de un proceso de actuación e interacción, mediante el cual estos sectores se apropien de esa oportunidad, construyendo y vivenciando un espacio comunicacional en una actividad constante que cree sus propias representaciones.

Como queda claro a través de la lectura teórica y empírica realizada a lo largo de este trabajo, los medios masivos de comunicación se erigen principalmente sobre una lógica privada que determina una función y una estructura comercial. Una vez que se plantea la existencia de medios creados desde el valor de lo comunitario, éstos deben ser pensados como generadores de modos diferenciales de dar sentido y significado a lo social. Estas nuevas formas deberán crearse y recrearse, no como algo dado, sino que en una práctica constante.

Creemos pertinente comprender que en la tarea que le cabe a las organizaciones sociales de atribuir contenido al espacio otorgado para el desarrollo de una comunicación alternativa, se presentan algunos desafíos que deberán ser enfrentados. Existe una dificultad por entender el espacio de la comunicación siendo público y necesario para el establecimiento de derechos sociales. Esto se debe a una práctica histórica que ha colocado a los medios de comunicación en el ámbito de lo privado y desde una pretensión de lucro económico.

En Uruguay si bien la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual ha sido aprobada por el Poder Legislativo, no se han hecho efectivos todos los pasos que deberían cumplirse para que finalmente ésta tenga vigencia y aplicabilidad. La existencia de intereses encontrados en este proceso, da cuenta de la dificultad por encausar las propuesta de esta ley, ya que la supremacía en el espacio comunicacional implica la consolidación y mantenimiento un modo social específico. Al entrar nuevos actores a disputar el espacio donde se construye y consolida cierta hegemonía política, ciertos valores y discursos, éstos corren el riesgo de ser

rebatidos, repensados y relaborados.

Consideramos que los medios de comunicación, siendo la expresión de valores de una sociedad, logran entrelazar fuerzas políticas y culturales, dando, así, cuerpo a una hegemonía. El ámbito de la comunicación contribuye a dar sustento a ciertas particularidades políticas, culturales y económicas que se aceptan y consensúan una vez que éstas se expresan y difunden. Es en este sentido que cobra importancia para los trabajadores organizados contar con medios propios de expresión que actúen y aporten contenido a tal construcción simbólica.

A través de lo expresado por los trabajadores en este estudio, se puntualiza la pertinencia de mostrar el trabajo y al trabajador desde una visión positiva en contraposición a una mirada construida por los medios tradicionales que coloca a las organizaciones sociales pautadas mayormente por el conflicto. Se entiende que existe aquí una restricción que debe ser discutida, de modo de realzar la importancia que los trabajadores tienen como actores que aportan sentido a la construcción social.

Reconocemos que existen formas habituales de producir narrativas visuales, que son percibidas como aquellas que mejor funcionan como modo de expresión. Los trabajadores al crear sus contenidos televisivos recurren a esas formas y difícilmente crean narrativas alternativas. Observamos esto a través del análisis del contenido de los programas de Replanteo TV. Podemos decir que en un momento de construcción incipiente de una narrativa, y así como lo expresan los trabajadores en las entrevistas realizadas para esta investigación, la importancia parece estar en colocar a nivel masivo aquellos contenidos que los representan. La potencialidad parece estar dada especialmente en la puesta en discurso en sí y no en los modos mediante los cuales los contenidos se expresan. Es decir, que la importancia está en cómo los productos de los trabajadores interactúan con los ya existentes, como se conforman unos con otros, contraponiéndose y complementándose. De cualquier forma, entendemos, y esto también fue afirmado por los trabajadores, los modos de expresión atribuyen determinados sentidos que deben ser atendidos.

Como fue resaltado en las conceptualizaciones teóricas de este trabajo, comprendemos que existe una tentativa por generalizar un modo determinado de entender y dar sentido a la sociedad a través del establecimiento de ciertos consensos. Tomando las ideas de Raymond Williams (2000) percibimos que tales consensos se activan con cada puesta en práctica que los reafirman. Aquellas producciones de la cultura que intentan contraponer esas formas consensuadas de percepción y entendimiento, serán resistidas por quienes ven amenazados sus objetivos y desean mantener un orden social propuesto. De este modo, es preciso reconocer que en la creación de modos propios de representación de los trabajadores,

desde nuevas perspectivas, éstas entrarán a disputar su espacio y deberán enfrentar tentativas que pueden querer reinterpretarlas, modificando el sentido que los trabajadores quisieron atribuirle en primera instancia. Es por esto que será tarea de los trabajadores activar el consenso sobre sus producciones.

Aunque el aporte fundamental en este momento parece estar basado en tornar crítico lo ya existente, y no tanto de innovar con nuevos lenguajes y formas expresivas, los trabajadores deberán poner en práctica y experimentar aquellas formas que mejor se adecuen a los sentidos que pretenden expresar. Entendemos que la importancia en la comunicación de los trabajadores se presenta en la potencialidad de habitar otras formas, no sólo de entender los mecanismos que los sujetan, vivenciando las contradicciones que los determinan, sino que aprehender aquellas formas mediante las cuales éstos construyen su propio imaginario y se identifican. Las formas expresivas de la imagen, desde su carácter no sólo cognoscitivo, sino que sensible, tienen la potencialidad de generar experiencias que hacen que los individuos comprendan su realidad y actúen sobre ella, individual y colectivamente.

Creemos que este trabajo cobra relevancia especialmente al destacar algunos elementos que podrán considerarse en la construcción de una comunicación comunitaria que se presenta como una nueva experiencia en el ámbito televisivo. Entendemos que las organizaciones sociales enfrentan en esto ciertas dificultades, sobre las cuales deberán lidiar con la falta de formación, financiamiento y organización.

Dimos especial relevancia a comprender las posibilidades en la constitución de un proyecto contra-hegemónico que incorpore nuevas perspectivas, dando voz a actores que no tienen representación a un nivel masivo. Entendimos que para que esto ocurra deben darse determinados procesos que dependerán de la actuación de los sujetos en los ámbitos políticos, y la participación de éstos en la definiciones que dan orden a la sociedad. Debemos reconocer que para que las prácticas comunicativas de las organizaciones sociales se asuman como contra-hegemónicas, éstas deben plantearse bajo la base de acciones que aspiren a crear un proyecto de sociedad que modifique al orden actual propuesto. Para que exista una verdadera promoción del sentido comunitario de la comunicación, es necesario que el medio televisivo gestionado por los trabajadores organizados se plantee como un herramientas de construcción de poder simbólico. Es preciso que exista una decisión sentida que busque construir formas comunicativas que rebatan sentido a ciertas formas hegemónicas de entender la sociedad.

Al comprender que no es suficiente contar con una ley que reglamente el espacio de comunicación, sino que deben existir garantías que posibiliten su apropiación y construcción por parte de los trabajadores, consideramos pertinente la búsqueda de alianzas

institucionales que puedan contribuir a efectivizar un proyecto como el de Mi Canal. Entendemos que el desarrollo de una canal televisivo, y así lo manifiestan también los trabajadores, implica el montaje de una estructura que funcione acorde a los objetivos de las organizaciones y que consiga plasmar en productos comunicacionales sus deseos de comunicación y representación. En este sentido, creemos importante destacar la tentativa de los trabajadores por establecer vínculos con aquellos actores que, en consonancia con sus objetivos, aporten a la construcción de este canal. Entendemos que esto es fundamental pues contribuye a visualizar el espacio comunicativo comunitario como algo no privado, dependiente de la sola acción de los trabajadores organizados, sino que público y abierto a la participación de otros.

En cuanto a esto, debemos entender que un medio comunitario puede aportar a la generación de lazos colectivos si éstos son también practicados en otros ámbitos. A través del grupo de discusión quedó claro que en un medio que busca ser la representación de los trabajadores deben encontrarse maneras de dar voz a la diversidad de actores que componen el movimiento sindical. Existe una preocupación por la existencia de visiones totalitarias que puedan opacar o disminuir la presencia de ciertas acciones y perspectivas.

En la búsqueda de una aproximación a una definición de comunicación comunitaria nos referimos en este estudio a las ideas de Gabriel Kaplún (2011). Este autor plantea que este tipo de comunicación podrá expresar los sentidos de un colectivo, o alternativamente, ser generador de comunidad. A través de las apreciaciones realizadas por los trabajadores en el grupo de discusión pudimos comprender que existen sindicatos dentro del conjunto que compone el PIT-CNT que tienen una permanencia y una participación fortalecida, mientras otros, por el tipo de tarea que desarrollan sus trabajadores y por las trayectorias que han desarrollado, están debilitados. Dar voz a estos sectores, contemplando sus particularidades, será otro de los desafíos que deberá enfrentar un medio que se coloque como objetivo, no sólo expresar las pretensiones del movimiento sindical, sino que contribuir para su fortalecimiento.

El lenguaje visual es un modo de comunicación que presenta una variedad de posibilidades expresivas. Como dijimos, la comunicación tiene la potencialidad de trabajar a través de materiales simbólicos construyendo sentidos y significados específicos para la representación de diferentes actores. Entendemos la necesidad de crear cierto patrón que estandarice los productos televisivos para que puedan ser recepcionados dentro de las expectativas de los espectadores. Creemos, sin embargo que es posible desafiar estos formatos repetitivos, no sólo por quienes buscan hacer televisión desde una perspectiva diferencial,

como en el caso de los trabajadores, sino desde los productores que investigan y elaboran contenidos televisivos. Consideramos necesario profundizar en la construcción de un lenguaje que tome no sólo aquellos símbolos consensuados, sino que recurra a la formación de imágenes dialécticas, esas capaces de quebrar una repetición constante y continua para generar un acontecimiento, y de ese modo una experiencia significativa.

Creemos importante la experimentación de nuevas formas expresivas que constituyan formas adecuadas de representar a los trabajadores. Sabemos, a través de lo expresado en el grupo de discusión, que ciertas formas expresivas se entienden más adecuadas como maneras de identificar a los trabajadores. Entendemos que es preciso indagar sobre estos modos de producción que mejor expresan el sentir de las organizaciones. Para esto, consideramos necesario, no sólo la puesta en práctica, sino la generación de espacios de reflexión donde se puedan analizar los sentidos que la imagen expresa en un nivel denotativo, y especialmente en un plano connotativo.

Consideramos que la propuesta de análisis y las indagaciones teóricas aquí desarrolladas podrán ser puntos de partida para futuras investigaciones que busquen hacer aportes al entendimiento de las acciones que las organizaciones sociales desarrollan como forma de empoderarse. Creemos, además, que desde las acciones universitarias, debemos realizar nuestros esfuerzos por compartir el conocimiento con aquellos actores que se ven especialmente involucrados con el desarrollo de una comunicación más democrática, pensando esto como modo de contribuir a una sinergia que alimente estos procesos.

REFERENCIAS

ACANDA, Jorge Luis. **Sociedad civil y hegemonía**. Habana: Centro de Investigación y desarrollo de la Cultura Cubana “Juan Marinello”, 2002.

BOLAÑO, César. **Industria cultural, información y capitalismo**. Barcelona: GEDISA, 2013.

BORDWELL, David. **La narración en el cine de ficción**. Buenos Aires: Paidós, 1996.

BUQUET, Gustavo; LANZA, Edison; RODACOKOVICH, Rosario. Diversidad y programación en la televisión abierta en Uruguay. **Friedrich-Ebert-Stiftung Media – Latin America**, Uruguay, n°2, 2013. Disponible en: <<http://www.fesmedia-latin-america.org/>>. Accedido: 13 feb. 2015

_____. Televisión abierta en Uruguay: Estudio sobre la diversidad de su programación. **Friedrich-Ebert-Stiftung Media– Latin America**, Uruguay, n°4, 2013. Disponible en: <<http://www.fesmedia-latin-america.org/>>. Accedido: 13 feb. 2015

BUQUET, Gustavo.; LANZA, Edison. La televisión privada comercial en Uruguay. Caracterización de la concentración de la propiedad, las audiencias y la facturación. **Friedrich-Ebert-Stiftung**, Uruguay, 2011. Disponible en: <<http://www.fes.org.uy>>. Accedido: 13 feb. 2015

CATALÀ , Josep M. **Notas sobre el método**. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 31, p. 20-51, 2014.

COALICIÓN POR UNA COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA. Disponible en: <http://www.infoycom.org.uy/>. Accedido: 17 mar. 2015

COMUNICADO DA CCD. **Coalición por una Comunicación Democrática celebra envío del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual al Parlamento y pide darle rápido tratamiento** - Montevideo, Uruguay, 2013. Disponible en: <<http://comunicaciondemocratica.blogspot.com.br/2013/05/coalicion-por-una-comunicacion.html>>. Accedido: 13 feb. 2015

COUTINHO, Carlos Nelson. **O leitor de Gramsci**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

COUTINHO, Iluska. Leitura e análise da imagem. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.) **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Editorial Atlas S.A, 2012. p. 330-344.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. 2ª ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

FALERO, Alfredo. **Las batallas por la subjetividad: luchas sociales y construcción de derechos en Uruguay: una aproximación desde la teoría sociológica**. Montevideo: Fanelcor, 2008.

FARAONE, Roque. **Televisión y Estado:** con las normas internacionales, constitucionales y legales que regulan su funcionamiento en el Uruguay. Montevideo: Cal y Canto, 1998.

FRANÇA, Vera. **O acontecimento e a mídia.** Galaxia (São Paulo, Online), n. 24, p. 10-21, dez. 2012.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública:** investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HARVEY, David. **La condición de la posmodernidad:** Investigación sobre los orígenes del cambio cultural. Buenos Aires: Amorrortu, 1998.

KAPLÚN, Gabriel. **Políticas de comunicación en Uruguay:** agenda pendiente y agenda pública. Derecho a Comunicar N° 1, México, 2011. Disponible en: <http://www.derechoacomunicar.amedi.org.mx/numeros-anteriores/no1-regulacion-de-medios>.

LUKÁCS, Georg. **La peculiaridad de lo estético.** Barcelona: Ediciones Grijalbo, 1966.

MARTINE, Joly. **La imagen fija.** Buenos Aires: La Marca, 2003.

PERUZZO, Cicilia. Comunicação nos movimentos sociais. **Revista Contemporanea:** comunicação e cultura, Salvador, v.11, n.01, jan-abril 2013, p. 138-158.

_____. **Comunicação nos movimentos populares:** a participação na construção da cidadania. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1998.

QUIJANO, Aníbal. Lo público y lo privado: Un enfoque latinoamericano. In: **Cuestiones y Horizontes:** De la Dependencia Histórico-Estructural a la Colonialidad/ Descolonialidad del Poder. Buenos Aires: CLACSO, p. 705-732, 2014.

RANCIÈRE, Jacques. **El espectador emancipado.** Buenos Aires: Manantial, 2011.

_____. **El reparto de los sensible; Estética y Política.** Santiago: Editorial LOM, 2009.

RAYMOND, Williams. **Marxismo y literatura.** 2ª ed. Barcelona: Península-Biblos, 2000.

_____. **Television:** technology and cultural form. 2.ed.. London: Taylor & Francis e-Library, 2005.

RENNA, Henry. **Sobre el ejercicio y construcción de las autonomías .** Santiago de Chile: Poblare Ediciones, 2014.

REPLANTEO TV. **Sindicato Único Nacional de la Construcción y Anexos (SUNCA).** Montevideo: SUNCA y La Tribu, 2013-2014. Disponible en: <https://www.youtube.com/channel/UC64MedygXPHqaZ6AqET8Q2w>

SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo. **As ideias estéticas de Marx.** Tradução de Carlos Nelson Coutinho. 3. de. São Paulo: Expressão Popular, 2010.

SANTOS NETO, Artur Bispo dos. **Estética e Ética na perspectiva materialista.** São Paulo:

Instituto Lukács, 2013.

SEMERARO, Giovanni. **Gramsci e a sociedade civil**. Petrópolis: Vozes, 1999.

THOMPSON, Jhon B. **Los media y la modernidad**. Barcelona: Paidós, 1998.

URUGUAY. **Ley n. 18.232**, de 11 de diciembre de 2007. Lex: Servicio Radiodifusión Comunitaria, Montevideo, 2007. Disponible en: <http://www.parlamento.gub.uy/leyes/AccesoTextoLey.asp?Ley=18232&Anchor>. Accedido el: 13 feb. 2015

URUGUAY. **Ley N. 19.307**, de 29 de diciembre de 2014. Lex: Servicios de Comunicación Audiovisual, Montevideo, 2014.

VILCHES, Lorenzo. **La lectura de la imagen**. Prensa, cine, televisión. Barcelona: Paidós, 1988