Cristian **Scarpetta**

## Nuevas estrategias de gestión en comunicación

# Las políticas institucionales en el camino del rock

A M C L A J E S

68

Tramplajas

El alejamiento de los jóvenes de la participación en proyectos institucionales impulsó en la UNLP un debate sobre la necesidad de mejorar las gestiones de comunicación. Los proyectos “Rock y comunicación”, “Comunicados por la cultura” y “Alternativas culturales” son experiencias de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social que definen a las actividades culturales y, específicamente, al rock como el nuevo canal para potenciar la comunicación y crear nuevos espacios de diálogo.

*¿Qué nuevo perfil comunicacional deben tener las políticas de gestión dirigidas a jóvenes universitarios? ¿Cómo hacer para entender los nuevos imaginarios de los estudiantes y así poder mejo-*

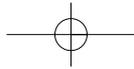
*rar la gestión institucional? Esos fueron los disparadores que hace cinco años generaron un análisis profundo en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Las preguntas se justificaban a partir de un escenario social en crisis, que profundizó las distancias entre los jóvenes y los diferentes tipos de representación institucional. En el caso de la Universidad, hasta los propios representantes estudiantiles sufrieron la ruptura y eso se notó en la alta fragmentación de los electorados, los sucesivos cambios en las conducciones de los Centros de Estudiantes y la caída del número de militantes.*

Una encuesta realizada por la UNLP en 2002, planteaba que el **79% de los estudiantes descon-**

Cristian **Scarpetta**

Docente de la UNLP. Director del proyecto de extensión “Comunicados por la cultura”. Periodista del diario *Clarín*. Asesor de Comunicación del Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires.





fiaba de sus “representantes” en el gobierno, la facultad o en el club y el 83% no estaba dispuesta a participar en ningún espacio relacionado con esa autoridad. En paralelo, ese mismo sondeo dejaba un dato contundente: al **91% les interesaba las actividades culturales** y, dentro de ese campo, el 76% elegía las relacionadas con el rock (escuchar música, ir a recitales o participar de eventos y publicaciones). Quedaba claro que, definitivamente, las lógicas tradicionales de gestión institucional no alcanzaban e insistir con las mismas políticas sólo profundizarían ese imaginario crítico. Y también quedaba claro que *orientar el perfil comunicacional de las gestiones hacia el campo cultural era un camino posible*.

En ese contexto, nace en 2003 el proyecto de extensión “Comunicados por la Cultura” que fue la experiencia inicial impulsada desde la Facultad de Periodismo en el Partido de La Costa, para **diagnosticar los alcances y limitaciones de crear una política de gestión comunicacional con un fuerte perfil cultural**. Las experiencias continuaron desde el 2004 en La Plata con el proyecto “Alternativas Culturales” y alcanzó su nivel más específico en 2006 cuando se lanzó “Rock y Comunicación”.

El objetivo general de todos los proyectos fue lanzar diferentes **actividades relacionadas con el rock** y crear ámbitos comunes con los estudiantes para acercarlos al ámbito institucional, definir un nuevo diálogo, entender *gustos y necesidades* y, a partir de esto, definir políticas de gestión alternativas.

En el análisis del *consumo cultural* surgían con fuerza discursos,

demandas e imaginarios fundamentales para entender las críticas. Además, quedaron explícitas miradas actualizadas sobre *los medios, la formación académica, la política, los derechos humanos y las drogas*, que se convirtieron en referencias clave para entender el alejamiento entre los jóvenes y las instituciones.

Otro factor importante fue que, en el proceso, crecieron las publicaciones, los recitales y se fortaleció el acercamiento entre referentes del rock y los estudiantes de la Facultad.

El último paso de este diagnóstico fue durante 2006 el proyecto “Rock y Comunicación”. La metodología fue elegir el formato de entrevistas a reconocidas figuras del campo para **disparar temáticas y analizar los diferentes usos sociales** que hacen los jóvenes de esas experiencias. En tres entrevistas participaron los integrantes de *La Mancha de Rolando, Kapanga y el periodista de TN y Canal 13 “Bebe” Contepomi*, que surgieron de los diagnósticos anteriores en el que los jóvenes expresaron el gusto por bandas que demuestren compromiso social y por el tópico “rock y periodismo”.

#### **El proyecto “Rock y Comunicación”**

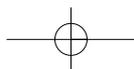
El periodista de espectáculos del diario Clarín, Guillermo Boerr, fue el encargado de realizar las entrevistas. **La planificación del evento incluyó la definición de los ejes temáticos a desarrollar en la entrevista y diferentes metodologías de análisis en la recepción del público.**

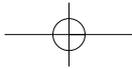
Los proyectos “Comunicados por la cultura” y “Alternativas culturales” habían definido diferentes

públicos entre los jóvenes de la Facultad, entre los que se destacaban intereses prioritarios como: la formación académica, el campo profesional, el compromiso social, la política, los derechos humanos, los medios y las drogas. Entonces los entrevistados elegidos tenían que representar a estas problemáticas para crear el ambiente propicio para el debate con la mayoría.

La primera estrategia planteada con **La Mancha de Rolando** aseguraba tres grandes tópicos de análisis: **el compromiso social, la política y los derechos humanos** porque en su trayectoria aparecían estos ejes bien definidos. Por ejemplo, en la canción “Sangre” se mezcla la voz del dirigente de la Corriente Clasista y Combativa (CCC) de Jujuy Carlos “El Perro” Santillán. Además, el 24 de marzo del 2005, la banda ofreció un concierto en la ciudad jujeña de Ledesma para recordar a los trabajadores zafreiros víctimas de los grupos de tareas de la dictadura. La vinculación con la política se da principalmente por su cantante Manuel Quieto, que es sobrino de Roberto Quieto, dirigente de Montoneros asesinado por la Triple A en 1975 e hijo del “Vasco” también militante de Montoneros que logró sobrevivir a la dictadura refugiándose en el interior del país.

La segunda entrevista con **Kapanga** volvía a fortalecer el tópico compromiso social e incorporaba el tema de las **drogas**, un factor permanente en la relación jóvenes, rock y sociedad. Su cantante Martín “Mono” Fabio como, sostuvo en la charla, tiene “una posición flexible sobre el tema y pienso que la marihuana debe legalizarse”. Pero también sabe que “las drogas duras son una





Cristian **Scarpetta**

Nuevas estrategias de gestión en comunicación. Las políticas institucionales en el camino del rock

basura, yo tuve cinco sobredosis y te puedo asegurar que se apoderan de tu cuerpo y hasta de vos mismo". Por eso, se convirtió en un disparador ideal para debatir sobre un tema tan trascendente. El último encuentro apuntó a una preocupación más específica del escenario de la Facultad de Periodismo y convocó a "Bebe" Contepomi para hablar sobre *medios y los alcances de la formación*. Las experiencias del periodista como columnista de rock del noticiero de Canal 13 y a cargo del programa "La Viola" que se emite por TN fue el marco para desarrollar una discusión que afecta directamente a los estudiantes de la Facultad.

Las diferentes entrevistas demostraron que la estrategia elegida para acercar a los jóvenes y producir nuevos canales de participación, a partir de una iniciativa institucional, era muy eficiente. Porque, por un lado, se aseguró la masividad con la participación de más de 300 personas por en-

cuentro y, por el otro, se generaron nuevas actividades que fortalecieron el vínculo. Por ejemplo, se lanzaron dos nuevas publicaciones: *Pex* (que cubre todo el escenario cultural de La Plata) y *Underground* (que apunta a la movida del rock). También en el proceso surgió el proyecto *Bandas de la Facultad* que generó eventos para que los nuevos grupos puedan presentarse y editó el primer CD con sus temas.

#### Del diagnóstico a la propuesta

Con todas estas experiencias queda claro que la movida del rock y el resto de las actividades culturales convocan a los jóvenes masivamente y disparan el debate sobre todos los campos de interés que los involucran. Representan un nexo entre decadentes estructuras de comunicación en las instituciones y un nuevo contexto que propicie gestiones más relacionadas con el imaginario de sus públicos. Ya no es posible se-

guir insistiendo con mecanismos de gestión tradicionales que sólo potencian la resistencia y el alejamiento de los jóvenes.

*El rock convoca y su "cultura" genera lazos inéditos que trasciende cualquier tipo de actividad política, familiar o académica. Fomenta el diálogo en momentos en los que escasea y pasa a ser la calve para toda estrategia comunicacional en cualquier institución.*

En el caso de la Universidad, la propuesta de impulsar políticas culturales en cada Facultad para mejorar la comunicación interna y externa es una necesidad. Políticas culturales orientadas a potenciar la participación y a transformar las políticas de gestión que quedaron desactualizadas. La resistencia cada vez más profunda de los estudiantes avanza mientras crece la fragmentación y la distancia entre los diferentes actores. Por eso, *el rock pasa a ser el símbolo de toda una movida cultural que puede ser arena de la recuperación del diálogo.*

## Bibliografía

BAUDRILLARD, JEAN.

"La génesis ideológica de las necesidades", en: *Crítica de la economía política del signo*.

DE CERTEAU, MICHEL.

"Valerse de usos y prácticas", en: *La invención de lo cotidiano*, México, 1999.

GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR (COORDINADOR).

*Consumo cultural en México*, Consejo Nacional para la cultura y las artes, México, 1993.

GUTIERREZ, ALICIA B. PIERRE BOURDIE.

*Las prácticas sociales*, Centro Editor de América Latina, Buenos Aires, 1994.

MINTZBERG, H.; BRIAN QUIN, J; VOYER, J.

*El proceso estratégico, concepto, contexto y casos* (Edición breve), Prentice Hall, México, 1997.

OROZCO GÓMEZ, GUILLERMO.

"Televisión y mediaciones", en: *Televisión y audiencia*, Madrid, 1996.

ROBIROSA, M; CARDARELLI, G; LAPALMA, A.

*Turbulencia y Planificación Social*, UNICEF, Siglo XXI de España Editores, Buenos Aires, 1990.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA.

Informe para Plan Estratégico, La Plata, 2002.

