

LOS CONFLICTOS EN LAS PRÁCTICAS COMUNITARIAS ABORDAJE COMUNICACIONAL

Marisa Guisasola

Profesora de Publicidad y Propaganda e Investigadora

Introducción.

Estas notas muestran en forma general una propuesta presentada como asesoramiento comunicacional en la *“Campana de concientización de la población rosarina acerca de su compromiso con el reordenamiento y sistematización de la recolección de residuos domiciliarios”*¹.

Para la elaboración del proyecto se trabajó con datos que aportaron dos investigaciones, una sobre la problemática de los residuos en nuestra ciudad y otra sobre conflicto comunitario².

Cuando nos referimos a conflictos comunitarios aludimos a las diferencias que se producen entre particulares o entre particulares con el estado en torno a intereses comunes.

Estos conflictos surgen en un cierto tiempo y se extienden por lapsos más o menos prolongados. En algunos casos los conflictos pueden preexistir al grupo y superarlo sin que medie una solución, arreglo y finalización.

Muchos conflictos son problemáticas de orden social que analizadas ha-

cia el interior de los grupos, asumen características de conflictos comunitarios. La adicción a las drogas, el desempleo, la inseguridad, la violencia son problemáticas de ese orden y cuando dan lugar a una discusión verbal o a cualquier situación de violencia física entre vecinos pasan a ser conflictos. Esto es sólo por un enfoque microscópico o parcial del hecho en sí pero que se inserta en representaciones sociales de mayor nivel.

Existen sin embargo, otras situaciones dentro de la sociedad que al no ser tan complejas permiten la búsqueda de una solución a través de un abordaje comunicacional.

El tratamiento de los residuos domiciliarios es un problema en nuestra sociedad que, a modo de gráfico, adopta la apariencia de una red con múltiples nudos. La red representa el tejido social afectado y los nudos son los conflictos comunitarios que nacen o derivan en la basura.

Esta problemática, que se expone públicamente como el embolsado de los desperdicios diarios de una familia para depositarlos en la vereda a partir de las veinte horas, no termina ni comienza aquí sino que oculta otras cuestiones. Para no caer en la red de los residuos vamos a dividir geográficamente a la ciudad de Rosario en microcentro, barrios y zonas periféricas, respetando los grandes nudos de la problemática.

El microcentro

Sin ajustarnos a exquisitas delimitaciones consideramos al microcentro como la zona comprendida entre Boulevard Oroño, Avenida Pellegrini y el río Paraná.

Esta zona tiene una densidad poblacional alta y gran cantidad de comercios, es decir que para nuestro análisis presenta dos cuestiones: por un lado los conflictos entre particulares y por otro los problemas entre particulares y empresas recolectoras.

Los conflictos entre particulares (comerciantes y vecinos) surgen por el depósito de residuos mal embolsados en la vereda, los arrojados desde los balcones de los edificios a la calle, el horario de depósito distante al del paso del recolector (antes o después), la suciedad que queda en las veredas por estos hechos sumada a la provocada por el paseo de perros y la apertura de bolsas y selección de residuos que realizan los

cirujas en busca de cartones, latas, vidrios y restos de comida.

Por otra parte mencionamos los conflictos que surgen entre particulares y empresas recolectoras por el desajuste que se da entre los horarios de cierre de los comercios, los horarios de trabajo de los vecinos (extendidos más allá de las 20 hs) y los horarios estipulados para depósito de basura en la vía pública. En muchos casos los comerciantes cierran sus negocios a las cinco de la tarde y este es el horario en que depositan los restos de papeles y demás deshechos de la actividad diaria, en otros casos como los restaurantes el depósito debe esperar hasta la madrugada cuando culminan la atención al público.

Estas situaciones facilitan también la proliferación de recolectores –autorizados y no autorizados– que realizan el trabajo en distintos horarios y los arrojan en basurales clandestinos o los revenden para la alimentación de animales porcinos.

La circulación de camiones no autorizados, cirujas con bicicletas o pequeños carros, chicos y mujeres son propios de la variedad, cantidad y tiempo de depósito de los residuos en las veredas del microcentro. A la par de los miserables medios de vida que les ofrece la basura sus beneficiarios se exponen a accidentes de tránsito y a las posibles infecciones provenientes de la manipulación de desperdicios sin protec-

ción alguna y sin controles que los protejan.

Si tomamos como origen a la basura, también se suceden conflictos por los límites que se establecen entre los cirujas para la recolección, ya sea de calles, de residuos, de magnitud o de propiedad (ciertos negocios acuerdan con recolectores no autorizados el traslado de las bolsas o los tachos de residuos para evitarse multas, malos olores, roedores, o la simple permanencia de los residuos en la vereda).

Centro y barrios

Los barrios de la ciudad no están tan expuestos a los circuitos de cirujeo como el microcentro –debido a la baja densidad poblacional y la relativa calidad y cantidad de los residuos- pero sufren el desajuste horario de recolecciones matutinas que obligan a madrugar a los vecinos.

Esto lleva a la típica actitud de sacar la basura en cualquier horario sin considerar que puede permanecer en la calle el resto del día con los conflictos típicos que se dan entre vecinos sobre todo en verano cuando las temperaturas fermentan los residuos en pocas horas y los perros rompen las bolsas en busca de comida.

En estos casos siempre aparecen terrenos baldíos en los que tirar las bolsas. Este es otro de los problemas que se suscitan al tener que limpiarse y

desratizarse los predios para evitar a los tan abominables roedores y sus pestes.

Un conflicto puntual que se da entre particulares y empresas recolectoras y entre particulares y el ente estatal a cargo de la supervisión de la recolección (en este caso la Dirección de Política Ambiental de la Municipalidad de Rosario –DGPA-) proviene del depósito de bolsas en el cantero central de algunas avenidas de la ciudad. Los vecinos denunciaron a las empresas porque les solicitaban que depositaran los residuos en el cantero central. De esta manera el recolector pasa una vez y recoge las bolsas de ambas veredas, un ahorro de tiempo y recursos que pone en riesgo tanto a los recolectores como a los vecinos de la zona ya que obliga a cruzar la calle para dejar la basura. Por otro lado, los vecinos evitan que sus veredas se ensucien con restos de residuos de bolsas mal cerradas y toman el riesgo de los accidentes de tránsito que pueden producirse.

El cuidado dispar que realizan los vecinos de los espacios públicos –veredas, parques, plazas- es uno de los mayores generadores de conflictos comunitarios. Son típicas las discusiones, peleas, denuncias y agresiones por dejar la basura en la vereda incorrecta o en el horario inadecuado, por el mal embolsado de los residuos y por la suciedad dejada por el paseo de perros.

La falta de normas claras, de servi-

cios adaptados a las necesidades de los usuarios y la resignación a disfrutar de espacios públicos con desperdicios nos hace reflexionar sobre la necesidad de otorgar a los ciudadanos los derechos que se merecen.

Zonas periféricas

La problemática de las zonas periféricas de la ciudad y de los barrios marginales es muy diferente a las que describimos hasta ahora.

Para parte de esta población la basura representa un medio de vida y los conflictos surgen por las cadenas que se arman a partir de su aprovechamiento. Un problema común de estos vecinos es que acumulan los residuos en el fondo de la casa, otras, porque una forma muy usada para deshacerse de los restos no aprovechados es quemarlos para evitar las infecciones por la aparición de ratas aunque las consecuencias pueden ser más peligrosas dado el grado de combustión que tienen sus viviendas (cartones, cables al descubierto, garras) y por la toxicidad del humo.

En estos barrios los conflictos se deben a que los cirujas seleccionan una parte de la basura que recogen en el microcentro para su comercialización y el resto lo descargan en plazas, canchas de fútbol, baldíos. Esto aumenta las rivalidades entre los miembros del barrio por la pérdida de espacios comunes destinados a los chicos. Podría pensar-

se que un partido de fútbol puede resolverse en otro lugar, pero sucede que la falta de una plaza o de un potrero es motivo para que ese tiempo libre se ocupe en otras cosas. Los vecinos lo relatan como que estas pérdidas dan lugar a malos hábitos, adicciones, robos, etc.

Una propuesta de comunicación

El primer paso en la propuesta de comunicación fue delimitar los objetivos sociales perseguidos para poder definir los objetivos de comunicación. Se pensó entonces **reconocer que los residuos domiciliarios y la contribución que hacemos al cuidado de los espacios públicos representan un problema que es común a todos y que, por lo tanto, nos involucra a todos.**

Una de las causas del caos es la inadecuación del servicio a la realidad de la población pero otras causas provienen de las acciones individuales.

El objetivo a trabajar en comunicación fue **asignarle el derecho a los ciudadanos a vivir en una ciudad limpia** y para ello debía inclinarse la balanza hacia quienes colaboran con la higiene de los espacios públicos con actitudes individuales de fuerte compromiso social.

Al instalar este derecho se define cuál es la actitud válida y por exclusión queda afuera todo lo opuesto.

Ya no hay un problema por falta de reglas de juego. En un conflicto hay una verdad establecida y una transgresión, una falta, una actitud no amparada. Están los que tienen derecho a exigir sin necesidad de tolerar en silencio, los que pueden reclamar y hacer uso de la palabra válida.

De este objetivo se desprenden otros como por ejemplo, de asignarle importancia y necesidad de cuidado al espacio público no sólo por parte de los entes involucrados sino por parte de los actores sociales.

En última instancia y como parte de una misma etapa de campaña es válido recuperar el respeto por las normas vigentes sobre el tratamiento de los residuos y su depósito en tiempo y forma en el espacio público y revalorizar a éste como lugar común a todos.

Esta propuesta revistió la forma de una campaña de comunicaciones que integra a la acción social y empresarial como acciones básicas.

¿Por qué una campaña?

Bajo el nombre de campaña incluimos un programa de comunicaciones que se desarrolla en forma sistemática a partir de un objetivo. Planificar un objetivo nos permite proyectar una situación actual hacia otra deseable. La ventaja más significativa de una campaña de comunicaciones es que desde el proyecto del plan se encaminan to-

das las acciones hacia ese objetivo pre-fijado. Estas acciones se acuerdan, evalúan y estructuran para garantizar el cumplimiento de todas las etapas del programa. De esta forma se arriba a los resultados estimados.

Si sólo se estructuraran mensajes persuasivos de las acciones correctas sobre el cuidado de la higiene de la ciudad, se estipularan horarios de recolección, modalidades de tratamiento de la basura y un sistema de multas para infractores, estaríamos imponiendo normas de conducta.

Sin embargo, como este es un problema que nos involucra a todos desde lo individual y forma parte de los hábitos culturales y sociales de la ciudad, necesita de una comunicación participativa, es decir de emisión, recepción, acción, respuesta, evaluación y control entre las partes (sociedad, empresas, y municipio).

El lugar de la estrategia

Los objetivos de comunicación definen la situación que se pretende lograr en un plazo determinado, con una medida y una intención. Así, transcurrido el tiempo pautado podemos mensurar los cambios y evaluarlos.

Sin embargo, los objetivos no se presentan tal cual se expresan sino que requieren de un modo comunicativo. La función de la estrategia es traducir los objetivos de comunicación a un enun-

ciado que ordene las tácticas y sea el eje de todos los mensajes y las acciones. La estrategia comunicará la necesidad de **asumir el compromiso conjunto en el cuidado individual de la ciudad, el derecho colectivo a disfrutar de una ciudad limpia frente a la actitud individual irresponsable.**

El espacio público y la necesidad de asumir el compromiso se establecen en términos conjuntos, compartidos. El cuidado de los espacios y el respeto del derecho a vivir en una ciudad limpia se plantean en forma individual.

Las tácticas propuestas para esta estrategia deberán instalar el debate sobre el tratamiento individual y colectivo de la basura en la población.

La comunicación no alcanza

Los problemas de gran parte de la población no se limitan sólo a una cuestión de derechos sino que debemos encontrar otras soluciones que faciliten el cumplimiento del compromiso comunitario.

Por otra parte estos problemas no se solucionan sólo con campañas. A las propuestas de comunicación deben integrarse acciones educativas y servicios adicionales a los actuales que brinden soluciones concretas al problema.

En tal sentido, la instalación de contenedores en las esquinas del microcentro, playones para el depósito de restos de residuos provenientes del

cirujeo, días extras para la limpieza de casas y la recolección de residuos en las zonas marginales facilitan el cuidado de los espacios públicos.

Una segunda etapa

Si la campaña sólo consistiera en instalar en la agenda de los medios el debate sobre los derechos a vivir en una ciudad limpia, pensaríamos en una sociedad de cara al pasado. Pero una sociedad que mira hacia el futuro debe proponerse otras metas.

La segunda parte de la campaña consiste en un plan de comunicaciones que encaucen los mensajes de la primera etapa. Los mensajes deben dirigirse hacia el objetivo de comunicación: **regular las acciones individuales para lograr la limpieza de la ciudad.**

En tal sentido la estrategia será que **la higiene de la ciudad es un derecho de todos. Nos compete a todos respetarlo.**

El apoyo a los mensajes

Otra vez nos encontramos con la situación de una campaña que necesita el aporte de acciones que sostengan el cambio.

Al ser esta una etapa de mensajes que buscan encauzar la primera etapa de reflexión, debe acompañarse del apoyo institucional que refuerce el cambio. Para ello se sugirieron modalidades de respuesta directa como las líneas 0800

con constatación inmediata de reclamos que le aseguren al vecino una respuesta y una solución a su inquietud.

También es importante la educación en las escuelas, ya que opera como factor multiplicador que permite llegar a los grupos familiares como agentes de cambio en la difusión y supervisión de las conductas cotidianas. Estas funciones de reordenar las conductas en los niños y adolescentes garantiza la proyección a futuro de una generación comprometida con el medio ambiente a través de acciones concretas que beneficien la convivencia.

Esto exige del aporte de los docentes y de una capacitación adecuada que unifique los criterios de enseñanza y de reflexión.

Al mismo tiempo en las zonas marginales se debe trabajar con los vecinos para fijar los días de limpieza profunda de patios y fondos de viviendas, para reconocer la importancia del cuidado de las zonas y evitar la pérdida constante de espacios de juego para los niños.

Tercera etapa

Los objetivos que deberían considerarse son los de instalar en la sociedad la modalidad de separación de residuos en origen en función de las características orgánicas (restos de alimentos, restos de plantas) e inorgánicas (plásticos, latas vidrios cartones), previo al depósito en la vereda.

Para ello se debe brindar información respecto de las características orgánicas o inorgánicas de los desperdicios e integrar el concepto de calidad de vida presente y futura.

Otra vez nos valemos de una estrategia para comunicar la necesidad de adoptar medidas que permitan **mejorar la calidad de vida de la población actual y de las generaciones futuras** y dar cuenta de los beneficios reales que tendrá la nueva forma de embolsado de los desechos.

Para poner en funcionamiento la estrategia deben darse cambios significativos en la sociedad y en las empresas: la instalación y buena aceptación de contenedores en el microcentro permitirán iniciar la etapa de separación de residuos (orgánicos e inorgánicos), informar el grado de toxicidad de los medicamentos y pinturas en general y su correcto depósito e incorporar el servicio de recolección de residuos inorgánicos.

Algunas notas referidas a la tercera etapa

El plan de trabajo propuesto hasta este punto debe ser evaluado y registrado de forma detallada a medida que se implemente.

La primera cuestión será poner en práctica las dos instancias previas y realizar en este período los ajustes necesarios.

La propuesta entonces deberá realizarse una vez que la segunda fase esté en funcionamiento y se cuente con evaluaciones, al menos para diagramar las acciones posteriores.

Esta es la razón por la cual deberán esperarse los primeros resultados, las primeras respuestas de la población antes de avanzar, por la magnitud de los cambios que deben darse, la campaña acompañará el paso de la población y se reformulará en función de las necesidades surgidas.

Este es a grandes rasgos la modalidad de trabajo presentada, y la forma cómo deben tratarse paulatinamente los cambios en una sociedad donde, hasta el momento rige el caos y el conflicto.

abordaje desde la mediación». - Programa de fomento para la investigación Científica y Tecnológica de la UNR. Dirección Susana Frutos.

Notas.

¹ “Campaña de concientización de la población rosarina acerca de su compromiso con el reordenamiento y sistematización de la recolección de residuos domiciliarios” . Beca de investigación del Secretariado de Manejo del Medio Ambiente (SEMA), bajo la dirección de la Lic. Mirta Geary (responsable general), Ing. Evelina Echide y Norma Banchio (coordinadoras adjuntas). El proyecto fue presentado en el marco de la segunda convocatoria (1998/1999) de propuestas para la adjudicación de los Fondos para la investigación y Gestión Ambiental en los Gobiernos Municipales contemplando a los países del Mercosur, incluyendo Bolivia y Chile.

² Proyecto de Investigación y Desarrollo “Comunicación y Conflictos. Perspectiva y