



## El Periódico Acción de INCUPO: un proyecto editorial comunitario desde el Gran Chaco Argentino (1972-2020)

The INCUPO Action Newspaper: a community editorial project from the Gran Chaco Argentino (1972-2020)

**María Cecilia Telleria**

Universidad Nacional de Rosario, Instituto de Investigaciones Socio Históricas Regionales / Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (ISHIR-CONICET-UNR), Calle Blvd. 27 de Febrero 210bis, Rosario, Santa Fe / Argentina  
[telleriacecilia@gmail.com](mailto:telleriacecilia@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0002-1971-5968>

Recibido: 29-02-2024 Revisado: 25-03-2024 Aceptado: 25-05-2024

### Resumen

Este artículo explora el proyecto editorial comunitario denominado Periódico Acción, desarrollado por el Instituto de Cultura Popular (INCUPPO) en el Gran Chaco Argentino desde 1972 hasta 2020. INCUPPO, una asociación civil sin fines de lucro con base cristiana, y ha sido considerada pionera en comunicación comunitaria en Argentina. La metodología empleada se enmarca en un trabajo etnográfico iniciado a finales de 2020, que se centra en captar saberes, significaciones, experiencias y prácticas de los sujetos, vinculados con aspectos socio-estructurales.

Entrevistas no dirigidas, tanto virtuales como presenciales, fueron llevadas a cabo con miembros de INCUPPO y de las organizaciones/comunidades asociadas, y se revisaron documentos institucionales. La comunicación se concibe como un proceso social, y el artículo se enfoca en la práctica de comunicación comunitaria representada por el Periódico Acción, buscando desafiar las relaciones de poder hegemónicas y dar voz a sectores populares.

Desde sus inicios, las prácticas de comunicación y educación de INCUPPO buscaron fomentar la potencialidad de emancipación de los sujetos vulnerados y fortalecer los lazos comunitarios. El Periódico Acción refleja estos principios, contribuyendo a la construcción de un "nosotros" en las comunidades. Este artículo ofrece una valiosa perspectiva sobre la contribución de INCUPPO al campo mediático y a la democratización de la comunicación en Argentina, cuestionando el sistema comunicacional dominado por intereses económicos y políticos.

**Palabras clave:** comunicación comunitaria, proyecto editorial, etnografía, Gran Chaco argentino

### Abstract

This article explores the community editorial project of Periódico Acción, developed by the Institute of Popular Culture (INCUPPO) in the Argentine Gran Chaco from 1972 to 2020. INCUPPO, a non-profit civil association with a Christian base, distinguishes itself as a pioneer in communication community in Argentina. The methodology used is part of an ethnographic work started at the end of 2020, which focuses on capturing knowledge, meanings, experiences and practices of the subjects, linking them with socio-structural aspects.

Non-directed interviews, both virtual and in-person, were carried out with members of INCUPPO and associated organizations/communities, and institutional documents were reviewed. Communication is conceived as a social process, and the article focuses on the practice of community communication represented by the Periódico Acción, seeking to challenge hegemonic power relations and give voice to popular sectors.

From its beginnings, INCUPPO's communication and education practices sought to foster the potential for emancipation of violated subjects and strengthen community ties. El Periódico Acción reflects these principles, contributing to the construction of a "we" in the communities. This article offers a valuable perspective on INCUPPO's contribution to the media field and the democratization of communication in Argentina, questioning the communication system dominated by economic and political interests.

**Keywords:** community communication, editorial project, ethnography, Argentine Gran Chaco

## 1. Introducción

El presente artículo explora un proyecto editorial denominado Periódico Acción, que surge en 1972 en el noreste argentino y se edita hasta fines del año 2020, por el Instituto de Cultura Popular (INCUPO).

INCUPO nace en 1969 como Asociación Civil sin fines de lucro, en Reconquista (Santa Fe, Argentina) con base cristiana de promoción humana que apostaba a la educación desde la comunicación radiofónica, con los objetivos de alcanzar una educación integral del adulto, crear estructuras comunitarias, mediante la utilización de una combinación de medios de comunicación social (radios, medios gráficos) e interpersonales.

Diversas investigaciones consideran a INCUPO como la institución pionera en comunicación comunitaria en Argentina (Fasano, 2011; Villamayor, 2014; Gerbaldo, 2014; Segura, 2011; Kejval, 2009), algunas focalizando en el período post-dictadura, sobre todo a partir del 2008, considerando los medios comunitarios en relación al Estado, a las políticas de comunicación, a los procesos de democratización de las comunicaciones.

Resaltamos la investigación llevada a cabo por Fasano (2011) en su tesis doctoral, donde realiza un análisis etnográfico de una emisora comunitaria en la ciudad de Paraná (Entre Ríos). En sus capítulos, examina a INCUPO y su relevancia en las prácticas de comunicación comunitaria en la región. Fasano también aborda el papel crucial de la iglesia como actor fundamental en las comunidades, así como la noción de comunidad en las culturas locales, considerando las acciones del Concilio Vaticano II en la década de los 60/70, que introdujo la preocupación por la pobreza y la desigualdad social a nivel mundial.

Por otro lado, Nadalich (2014) realiza un análisis comunicacional de la publicación Acción de INCUPO en su tesis de grado, centrándose en las temáticas aborígenes y en cómo estas piezas comunicacionales son producidas por el Área Aborigen de la organización. Explora la realidad histórica, política y social de la institución. De manera similar, Gramajo (1995) aborda en su tesis de grado el estilo de comunicación del Periódico Acción de INCUPO entre 1994 y 1995, considerándolo como uno de los primeros intentos de comunicación alternativa para los sectores rurales desfavorecidos del norte argentino.

Además, Gardella (2021) destaca a INCUPO y su práctica de centros radiofónicos de alfabetización, "Juntos Podemos", estableciendo un paralelismo con la política del gobierno nacional argentino, "Seguimos Educando". Esta iniciativa, en el contexto de la pandemia, ordenó que las radios transmitieran programación educativa.

Partimos de comprender a la comunicación como un proceso social de producción, intercambio y negociación de universos culturales, ubicándola en el espacio de las relaciones entre sujetos, enmarcados en contextos sociales y culturales (Martín Barbero, 2010). Consideramos a la comunicación comunitaria, como las "prácticas de comunicación que tienen por sujeto a los grupos populares y que buscan alterar las relaciones de poder hegemónicas, al potenciar la expresión de quienes habitualmente no tienen la posibilidad de ejercer su derecho a la comunicación." (Fasano y Roquel, 2015). En este sentido, implican otras miradas asociadas a estrategias, para que sean reconocidas las voces de los sectores populares en el campo mediático (Uranga, 2007; Mata, 2011).

Nuestro interés en el proyecto editorial del Periódico Acción radica en la trayectoria de INCUPO en la construcción de la comunicación popular, desde la que propiciaron otras organizaciones y proyectos políticos comunicacionales, que han venido ejerciendo y disputando el derecho a la comunicación, demandando y promoviendo propuestas de políticas de comunicación desde fines de los 60.

### Métodos y fundamentación teórica

Desde la década de los 60 la comunicación comienza a tener diversos apellidos (Kaplún, 2007) en respuesta al análisis de procesos comunicativos originados desde distintas perspectivas: la propuesta humanista y religiosa de la teología de la liberación; por iniciativa propia de las comunidades y de movimientos sociales y políticos en medio de un contexto de lucha y silencio impuesto por el poder hegemónico (Mata, 2011). Adjetivos como: popular, libre, alternativa,

educativa, comunitaria fueron apareciendo para dar cuenta los sentidos de las prácticas de comunicación en cada territorio.

El surgimiento de estas denominaciones, evidencia la necesidad de resignificar el concepto de comunicación como sustantivo independiente, que comprende al diálogo y a la participación como componentes clave de la interacción social y de adjetivar desde la perspectiva de los actores sociales, dando cuenta, como lo expresa Villamayor (2015) de otras matrices de pensamiento nacidas de los protagonistas de los procesos comunicativos, de su forma particular de vincularse con las experiencias políticas y de su lectura del contexto sociocultural y el conflicto social. Así pues, la comunicación ya no solo alude a un encuentro dialógico de producción de sentidos, sino que adquiere un posicionamiento político.

La época de finales de los 60 y los años 70 presenta un contexto convulsionado en términos económicos, políticos y sociales donde la comunicación se vincula estrechamente a procesos de emancipación en la búsqueda de una sociedad más justa y a un propósito de transformación de las estructuras sociales impuestas, dando oportunidad al surgimiento de dos nociones que son fundamentales para la configuración del concepto de comunicación comunitaria: la comunicación popular y la comunicación alternativa. Cuando se adjetiva a la comunicación y se le llama popular, alternativa, comunitaria se da cuenta, como lo propone Villamayor (2015)

de una historia que tiene unos protagonistas con narraciones propias no sólo de una noción significativa elaborada por un grupo de expertos, se habla de perspectivas construidas por sujetos singulares y en la situación histórica cuyos narradores son sus protagonistas (2015, p.217).

Siguiendo este planteamiento, la comunicación popular se caracteriza por tener en el rol principal de las prácticas a las organizaciones sociales, a los actores de sectores populares donde en sus narraciones fluye la palabra adversativa, la expresión de proposiciones de confrontación al orden instituido, la lucha por el pronunciamiento en la esfera pública (Mata, 2011). Esta comunicación evidencia en sus inicios una pugna por hacer audible la palabra, por lograr que la voz que se acallaba desde el poder hegemónico pudiera ser pronunciada y escuchada en múltiples espacios. Sin embargo, como lo explica Mata (2011), no implicaba simplemente alzar la voz sino cuestiones más complejas, que buscaban cuestionar a aquellos que pretendían homogeneizar desconociendo las densidades históricas de las comunidades y deslegitimando la diversidad que constituye a la sociedad. Así como también llevar ese discurso más allá de las zonas marginales y conquistar aquellos escenarios públicos acaparados por los medios hegemónicos.

En líneas generales, se caracterizan por proyectarse desde una estructura horizontal, dialógica y participativa frente a la verticalidad de los medios masivos, con un fuerte sentido crítico, contracultural y contrahegemónico, generando otros discursos y agendas, otras miradas en contraposición al poder de los medios masivos, asociadas a estrategias para un cambio social desde la comunicación de todos los sectores sociales para que sean reconocidas sus “voces” en el campo mediático (Graziano, 1980, Vinelli y Rodríguez Esperón, 2004). De esta manera, los medios comunitarios se relacionan con proyectos socio-políticos y culturales que cuestionan la concentración del poder comunicacional (Simpson Grinberg, 1986) y no poseen al lucro como orientador de sus prácticas, sino que promueven formas de comunicar que difieren a las del mercado y a las del Estado, tratándose de experiencias mediáticas que no responden a un fin comercial

Este tipo de comunicación no solo se centra entonces en comunicar desde los sectores populares, entendiendo lo popular como un “proyecto de emancipación” (Mata, 2011) donde diversos actores se identifican desde lo político y lo comunicativo, sino en lograr la participación, reconociendo sus realidades y poniendo en común sus intereses para construir un discurso encaminado a transformar un orden social injusto, basado en la dominación de los más débiles y en un modelo capitalista. Es una lucha por la palabra, que es al mismo tiempo una lucha por el poder (Mata, 2011), que busca afectar la agenda pública y hacer visibles otras realidades.

Una relación significativa, influenciada por la praxis de educación popular de Paulo Freire, es la de comunicación y educación que se centra en el problema de la vinculación entre lo educativo y la cultura (Huergo, 2006; Kaplún, G, 1997, Prieto Castillo, 1998; Kaplún, G, 2007).

La relación entre comunicación y educación se entiende como un proceso dialógico y participativo que busca la construcción colectiva del conocimiento y la transformación social. Freire (2014) fue pionero en esta relación, promoviendo una educación popular basada en la conciencia crítica y la acción transformadora. Mario Kaplún (1997) también contribuyó al estudio de la educocomunicación, destacando la importancia de la comunicación como herramienta para el desarrollo humano y la transformación social.

Huergo (2006) reconoce la comunicación como un proceso inherente a la educación, fundamental para la interacción y el aprendizaje. Prieto Castillo (1998) propone un enfoque de comunicación educativa centrado en el aprendizaje y el interaprendizaje, promoviendo la autonomía y la construcción colectiva del conocimiento. Kaplún, G. (2007), considera que la comunicación educativa debe ser la columna vertebral de los procesos educativos, creando competencia comunicativa en los educandos.

En este sentido la comunicación educativa se entiende como un proceso interactivo que promueve la participación activa de los estudiantes, la construcción de significados compartidos y la reflexión crítica, buscando así la transformación social y el desarrollo humano.

Con respecto a lo metodológico, este artículo es parte de un trabajo etnográfico que comenzó a finales del año 2020. Este enfoque nos permite atender los saberes, significaciones, experiencias y prácticas de los sujetos, para entramarlos con aspectos socio-estructurales de la problemática (Achilli, 2005). Como herramientas metodológicas, desde el 2020 se realizaron entrevistas no dirigidas (Guber, 2013) virtuales y presenciales a integrantes de INCUPO y de las organizaciones y/o comunidades con las que trabaja. Dichas entrevistas se constituyen en una herramienta metodológica con potencial para acceder a los sentidos sociales construidos. También se relevaron documentos y videos del Instituto (página web, facebook, instagram, youtube oficiales, Memorias y Balances, Sistematizaciones, Proyecciones, Capacitaciones, Periódico Acción).

Tabla 1. Entrevistas

Entrevistado/a	Rol en INCUPO	Lugar	Fecha
Luis	Comunicador y conducción en INCUPO, 1979 - 2020	Chaco	17/11/2020 01/12/2020 03/12/2020 15/09/2021 16/11/2022
Antonia	Comunicadora en INCUPO, 1972-2007.	Reconquista (Santa Fe, Argentina)	07/04/2021 14/09/2022
Jorge	Comunicador en INCUPO, desde 1985	Corrientes	16/09/2021
Araceli	Ingeniera Agrónoma, desde 2004	Formosa	23/09/2021
Silvia	Consejo Directivo INCUPO desde 2006.	Reconquista (Santa Fe, Argentina)	29/04/2021
Eloy	Educador	Reconquista (Santa Fe, Argentina)	16/03/2023
Ernesto	Técnico y Conducción en INCUPO, 1980, Corrientes	Corrientes	04/03/2022
Mónica	Unidad de Comunicación de INCUPO desde 2018	Chaco	07/04/2021
Claudia	Área Comunicación, desde el 2005	Reconquista (Santa Fe, Argentina)	27/09/2022

Tabla 2. Documentos

<b>Documentos</b>	
Documento inédito titulado “Proceso educativo en INCUPO”	Describe cómo INCUPO ha llevado a cabo su misión educativa a lo largo del tiempo, adaptándose a las necesidades y contextos cambiantes de las comunidades a las que sirve, manteniendo al mismo tiempo ciertos principios fundamentales en su enfoque educativo.
Periódicos Acción	48 años de existencia, desde agosto de 1972 hasta diciembre de 2020, con la publicación de 521 números
Diseño editorial de INCUPO	Describe las actividades de Ediciones INCUPO, que se encarga de la producción gráfica, distribución y comercialización de publicaciones relacionadas con INCUPO.
Estatuto	Personería Jurídica otorgada por el Gobierno de la Provincia de Santa Fe, Decreto 03800 del 31/07/1968

### **Sobre INCUPO**

INCUPO es una asociación civil que surge en 1969 en el Gran Chaco argentino, con sede principal en la ciudad de Reconquista (noreste de la provincia de Santa Fe). Dicha región presenta una heterogeneidad sociocultural en la que preexisten comunidades indígenas, campesinas y pobladores de barrios periféricos. Para fortalecer la organización de estas comunidades, INCUPO comienza a realizar programas radiales, a implementar el formato gráfico a partir de 1972 con el Periódico Acción, audiovisuales, jornadas y cursos de formación (de Dios, R. y C. Vigil, 1985).

Se proponía la educación popular y la organización de estructuras de base como forma de superar las situaciones de marginalidad y tender a una mayor participación. En el aspecto comunicacional, se inspiró en el modelo de radio educativa de ACPO (Acción Cultural Popular) de Sutatenza, Colombia. En el aspecto educativo, se inspiró en las experiencias de alfabetización de adultos que se realizaban en el Nordeste de Brasil desde las prácticas de Paulo Freire.

Se pensaba en aquellas épocas que el analfabetismo era una de las peores consecuencias de la pobreza. En ese sentido, en el Noreste Argentino, en la década de los 60, el Concilio Vaticano II pone a la Iglesia en actitud de cambio, los obispos organizados como Región Episcopal, acordaron un estudio sobre las condiciones de vida de la población de sus diócesis. Crean en 1965 el CEPRHU (Centro de Promoción Humana) que se define como un organismo de carácter autónomo, para actuar en el campo del desarrollo económico y social, y la promoción popular bajo la inspiración de la Doctrina Social de la Iglesia Católica. Su primera tarea consistió en transformar en proyectos concretos las recomendaciones del informe que indicaba como tareas prioritarias la creación de Servicios de Educación Popular (educación fundamental, alfabetización, capacitación profesional, formación de dirigentes y militantes) y de Servicios a las Organizaciones de Base Popular, sean éstas de tipos comunitario, económico o gremial. Los proyectos dieron nacimiento a varias Instituciones, una de las cuales fue INCUPO.

En este período se desarrollaron experiencias de comunicación alternativa en muchos países de la región, tales como escuelas radiofónicas y reporteros populares de comunidades campesinas en

Bolivia promovidas por la iglesia católica; cooperativas de agricultores en Uruguay; campesinos en Ecuador; enseñanza por televisión en El Salvador y México; periodistas con la prensa nanica (en miniatura) en Brasil; y otras más en Perú; fueron estrategias practicadas para decir lo que los grandes medios no decían (Segura, 2011, 2018; Villamayor, 2014).

De esta manera, INCUPO surgió apropiándose de las herramientas de la educación popular desde la comunicación radiofónica y el uso de múltiples medios: cartillas, láminas de letras y números, palabras generadoras. Se producía un programa semanal en AM Amanecer de Reconquista (Santa Fe) y otro en AM Solidaridad, Añatuya (Santiago del Estero). En 1993 formaron una fundación llamada San José con el Obispado de Reconquista y esa fundación creó Radio Amanecer. Se emitían dos programas: "Juntos Podemos" (en el aire hasta fin del año 94), con una audiencia organizada con programa sistemático dirigido a los Centros Radiofónicos, es decir, grupo de personas con su monitor. El otro programa era "Este Norte, Nuestro", con audiencia abierta para todo público. Los objetivos de estos programas eran fortalecer los sistemas de vida rural y el espacio comunicacional para compartir vivencias y propuestas: "nos interesa que las organizaciones que acompañamos recuperen la voz, la palabra, no queremos hablar por ellos, queremos que ellos retomen la palabra" (Entrevista personal, Luis, 03/12/2020).

En 1972 comenzaron a producir el Periódico Acción, una publicación mensual que se distribuía en el norte del país, dando a conocer su propuesta, posibilitando un espacio comunicacional a las comunidades rurales e indígenas. Formó parte de lo que denominaban "estrategia de multimedios" junto a la radio, las cartillas, el monitor y los folletos.

Pese a estas condiciones de producción y estrategias se enfrentaron a una situación: "con los años aprendimos que solamente leyendo y escribiendo la situación socioeconómica no se resolvía. Una vez nos dijo un campesino de Formosa: ¿y yo para qué quiero aprender a leer y escribir si voy a seguir siendo pobre?" (Entrevista personal, Luis, 01/12/2020). Entonces, había que cambiar de estrategia, o mejorarla. Fueron sumando temáticas a la educación popular, tales como educación para la salud, para la vida familiar, para el trabajo, la producción, la formación política, ampliando la propuesta educativa.

También sistematizaron los modos operativos, en un documento interno denominado "Proceso educativo en INCUPO", que tenían para el trabajo con las comunidades:

-Modo operativo A: programas radiofónicos de audiencia abierta para grupos no organizados, acompañados del Periódico Acción.

-Modo operativo B: programas radiofónicos sistemáticos para alfabetización y capacitación de grupos organizados, apoyados por el Periódico Acción, cartillas, láminas y una red interpersonal variable según los casos: maestro, instructor, delegado zonal, promotor, monitor.

-Modo operativo C: programas radiofónicos de educación comunitaria y organización de comunidades de base para la concientización de grupos de decisión y de trabajo con componente económico: "si bien la alfabetización era importante y necesaria pero había que sumar otras cosas: todo lo relacionado con el trabajo rural, producción agropecuaria, la producción de alimentos y la producción para la venta." (Entrevista personal, Luis, 03/12/2020).

Asimismo, las instancias de capacitación son inherentes a las acciones de INCUPO. Algunas apuntan a la formación de organizaciones de base, tales como los cursos EFI (Educación Fundamental Integral) que se iniciaron en 1973. Otras capacitaciones son de formación institucional. En 1984, realizaron una capacitación junto a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) donde aprendieron todo lo referido a la comunicación y estrategias de acercamiento a las comunidades,

que venía con muchos miedos y mucha incertidumbre por todo lo que fue la dictadura militar, ahí nace un poco la comunicación comunitaria que tratábamos de promocionar e impulsar que la gente pueda expresarse y los podamos grabar y ahí empezamos con los programas radiales (Entrevista personal, Jorge, 16/09/2021).

La manera de proceder y reunirse en ese contexto de dictadura<sup>1</sup> era solicitando un permiso a la policía y enviaban un agente que participe de la reunión: "no se hablaba de política, se hablaba de cosas

1 Nos referimos a la última dictadura cívico militar que transcurrió en Argentina desde 1976 a 1983.

que no tenían en apariencia vinculación con la política ni con la situación que vivía el país” (Entrevista personal, Luis, 01/12/2020).

Iniciado el período democrático en 1983, el panorama económico-social heredado consta de un incremento de los problemas sociales. Sin embargo, “se reestructuran todas las organizaciones campesinas e indígenas en todas las provincias donde INCUPO estaba” (Entrevista personal, Luis, 01/12/2020). En la década de los ‘90, ante la inclinación del Estado hacia los sectores poderosos de la sociedad y la marcada presencia del mercado, ocurren cambios en INCUPO, que incide en la estructura interna como en los modos de llevar a cabo las tareas de promoción y desarrollo rural.

Antes el sujeto social receptor de la acción de INCUPO era el campesino, aborígen, cosechero, asalariado. En esta etapa, se amplía, sumándose mujeres, jóvenes, pequeños y medianos productores que piden asesoramiento y familias de pequeños pueblos en general changarines o empleados.

De esta manera, desde el año 2000 en adelante los desafíos que surgen del contexto, obligan a la Institución a seguir pensando en su propuesta educativa de manera tal que esté en consonancia con los nuevos escenarios. Particularmente, en la región de acción de INCUPO, se presenta un contexto de caída de los productos regionales, su sistema de autoabastecimiento, el éxodo del campo a la ciudad. También hubo entrega de tierra a los aborígenes en distintas provincias, a partir de las reformas constitucionales y de las luchas de las organizaciones indígenas y de las organizaciones no gubernamentales.

En este sentido, “INCUPO iba viendo desde qué lugares podía aportar, desde la educación, desde la salud, desde los derechos al trabajo y a la tierra” (Entrevista personal, Araceli, 23/09/2021).

En paralelo, hay un crecimiento de las comunicaciones y las tecnologías, concentrado en grandes corporaciones (“Proceso Educativo en INCUPO”). En este sentido, una de las características estratégicas de la conducción de INCUPO era la “apertura, no el cerrarse sino el construir con otros” (Entrevista personal, Antonia, 07/04/2021). La intención de INCUPO y “su postura era que realmente la gente tuviera la posibilidad de tener su propio medio, que se reflejara su propia cultura” (Entrevista personal, Antonia, 07/04/2021), sin embargo “ejercitar el derecho a la comunicación no es sólo tener una radio comunitaria, sino tener un marco jurídico, un marco legal que te permita funcionar” (Entrevista personal, Luis, 15/09/2021).

En consonancia, INCUPO desde sus inicios se involucró e incidió en procesos de organización por el derecho a la comunicación y la democratización de la palabra. Fueron partícipes de ALER que también comenzó con el propósito de alfabetizar a través de la radio. INCUPO integraba la Junta directiva de ALER, generando instancias de trabajo conjunto: “Se hacían pasantías, estadías, seminarios, diferentes actividades de capacitación siempre en función de las temáticas que se estaban abordando, la temática indígena, de la mujer, la cuestión de los migrantes” (Entrevista personal, Luis, 15/09/2021).

Promovió la organización de FARCO (Foro Argentino de Radios Comunitarias), motivados por generar un marco jurídico y legal que fomente la construcción de radios comunitarias, a partir de lo que luego sería la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. En este sentido, desde INCUPO impulsaron la articulación de radios de Formosa, del Chaco, de Corrientes, “las poníamos en contacto con FARCO para que reciban las capacitaciones de ellos sobre el tema de la ley, tema técnico, producción de contenidos” (Entrevista personal, Luis, 15/09/2021).

También incidió en la formación de la Red de Comunicación Indígena, que surge a comienzos del 2000 en Chaco financiada por Cáritas (Alemania). Tenía sus propios corresponsales, su propio programa radial en el NEA y en el NOA. La Red se mantuvo activa por casi 6 años. Otra organización que promovió fue la Red de Comunicadores del Gran Chaco en el 2004. La Red cubría la problemática de los agrotóxicos, contaminación ambiental: “la Red nace con esa necesidad de difundir lo que estaba pasando. Nos integramos comunicadores de las instituciones no gubernamentales como Incupo, de las organizaciones indígenas y campesinas y de medios” (Entrevista personal, Luis, 15/09/2021).

En definitiva, INCUPO accionó desde sus inicios para que

las organizaciones tengan su propio comunicador y fortalecer las radios locales con vocación de integrarse a una comunidad, de difundir mensajes comunitarios, aunque no sean radios comunitarias. Si veíamos que había una práctica comunitaria nos acercábamos para fortalecerla con capacitación, con producción, con equipamiento (Entrevista personal, Luis, 03/12/2020).

## Organización y gestión de INCUPO

Mencionamos al comienzo que INCUPO surge en el norte de Santa Fe, en la ciudad de Reconquista. Allí se encuentra la oficina central y el centro de capacitación. Luego se fue expandiendo hacia Formosa, Chaco, Corrientes, Misiones, Entre Ríos, Santiago del Estero, Tucumán, Catamarca, La Rioja, Jujuy y Salta. En los comienzos tenían diferenciadas dos grandes regiones, el noreste (NEA) y el noroeste argentino (NOA). Actualmente el área de incidencia de INCUPO es Santiago del Estero en el NOA y el norte de Santa Fe, Formosa, Chaco y Corrientes en el NEA. Fueron creando proyectos provinciales y así nacieron “pequeños incupitos”: “pequeñas y no tan pequeñas instituciones que amplíen el trabajo de INCUPO, que sostengan el trabajo de INCUPO pero ya con sus propias lógicas, sus propias dinámicas” (Entrevista personal, Luis, 03/12/2020). En este sentido, “INCUPO no puede abarcar toda la problemática que hay en una comunidad pero sí lo hacía en articulación con otras instituciones.” (Entrevista personal, Araceli, 23/09/2021).

La estructura de INCUPO está compuesta por una asamblea con integrantes del instituto y socios activos. Dicha asamblea se reúne una vez al año y cada tres años se eligen autoridades. Actualmente está formada por una comisión directiva, los programas de acción directa (alimentación, ambiente saludable, derechos indígenas, educación para la ecociudadanía); la unidad de comunicación, de administración y de monitoreo y evaluación, que dependen de la comisión directiva. En el artículo 2 del Estatuto de creación de la asociación, define su objeto:

El objeto de la entidad está inspirado en los lineamientos de la doctrina social de la Iglesia y consiste en: a) contribuir en el Norte Argentino a la realización personal e integral de las personas en su comunidad, posibilitando su participación activa y solidaria en el proceso, mediante el uso de los medios de comunicación social y demás acciones de promoción humana; b) rescatar, explicitar, revitalizar y mantener los valores de la cultura popular. El mismo se realizará sin fines de lucro y no reporta ventajas económicas para los asociados e integrantes del órgano de administración y fiscalización (INCUPO, 2020, p.2)

A lo largo de los 51 años de existencia, las estrategias fueron cambiando:

En los comienzos los equipos de provincias eran muy numerosos. También los recursos. Con el tiempo las fuentes de financiamiento fueron reduciéndose y el trabajo de terreno también. Además las organizaciones comunitarias, locales, zonales se fueron estructurando y logrando mayor auto-gestión, lo que facilitó la reconversión de INCUPO y su rol, el que pasó a tener características más de gestión (Entrevista personal, Luis, 17/11/2020).

Reconocen desde INCUPO que: “se reflexionaba mucho sobre las prácticas, se analizaba desde distintas miradas y eso de que puedan analizar tu práctica te lleva a que todos los demás la miren y analicen y critiquen y se fortalezcan” (Entrevista personal, Araceli, 23/09/2021).

Un rol importante en los comienzos fue el “promotor”. Este visitaba a las comunidades indígenas y campesinas para descubrir “las necesidades sentidas” que eran aquellas que las mismas comunidades sentían “como urgente” y a partir de ahí empezar a trabajar: “¿Cómo se empezaba a trabajar? generalmente se convocaba a una reunión comunitaria en la capilla o en la escuela o en algún centro así vecinal donde, para motivar la conversación, compartíamos algún material audiovisual” (Entrevista personal, Luis, 01/12//2020).

También se encontraba el rol de “monitor”, era un miembro de la misma comunidad donde se incidía, que recibía una capacitación especial en los centros radiofónicos para hacer de nexo entre el programa de radio y la comunidad. Las tareas que tenía a su cargo eran la matriculación de los miembros para recibir el material didáctico, supervisión del centro y entrega de diploma al terminar el ciclo.

Otro rol importante era el “técnico”, dado que se trabajaba el tema de la producción: “las actividades que se organizaban en cada una de las comunidades, tenían ese carácter, carácter productivo entonces ahí hacía falta la participación de un técnico según sea la materia”(Entrevista personal, Luis, 01/12//2020).

Su labor, en un inicio focalizada en la alfabetización de adultos, hoy abarca diversas temáticas que afectan a sectores rurales de las provincias de Formosa, Chaco, Corrientes, Santiago del Estero y Norte de Santa Fe. Ofrecen propuestas educativas adaptadas a la vida de las comunidades campesinas e indígenas en cuatro áreas: educación para la ecociudadanía; abastecimiento de alimentos; justicia climática; Derecho Indígena.

Con respecto al financiamiento, la principal fuente de INCUPO fueron agencias europeas vinculadas con la iglesia. Asimismo, pudieron conseguir algunos proyectos del gobierno argentino, a partir de los cuales financiaron programas de radio y videos, "pero con el gobierno poco y nada" (Entrevista personal, 03/12/2020, Luis).

Durante el 2020 la agencia alemana que mayor aporte estuvo realizando al Instituto, llamada Miserieor, se va de Argentina y deja de financiar sus proyectos. El efecto que esto ocasionó en INCUPO fue que "de los 40 que somos van a quedar menos de 10 así que estamos como de duelo en este momento" (Entrevista personal, 03/12/2020, Luis). Así comienzan a focalizar en un área de trabajo de movilización de recursos, utilizando sobre todo las redes sociales para captar fondos, para "generar la visibilidad, la sensibilización social de lo que es la misión de INCUPO" (Entrevista personal, Mónica, 07/04/2021).

### **¿Quiénes producían el Periódico Acción?**

El periódico Acción, que se publicó ininterrumpidamente desde 1972 hasta diciembre de 2020, fue producto del arduo trabajo de diversos miembros de INCUPO (Instituto de Cultura Popular), una institución dedicada a la promoción humana y al desarrollo rural sustentable en la región chaqueña. A continuación, se presentan algunos de los protagonistas de esta iniciativa.

Comenzamos por Antonia, "la negrita Nardelli", docente de Reconquista, norte santafesino, se unió a INCUPO en 1972. A lo largo de sus 48 años de servicio, desempeñó un papel crucial en la promoción humana, política, educativa y comunicacional. Jubilada en 2007, continuó colaborando con la institución y participó en el Consejo de Administración de la radio local.

Luis de Resistencia (Chaco) está en INCUPO desde 1979 y asumió el rol de "Promotor". Inicialmente enfocado en la gestión y organización, posteriormente se sumergió en la comunicación, realizando capacitaciones y programas de radio en Chaco. Desde 1984, su dedicación a la comunicación se intensificó, participando en la creación de un suplemento para el periódico Acción y programas de radio locales.

Eloy, de Reconquista trabajó en INCUPO durante 40 años, desde el año 1977 hasta el 2017. Desempeñó funciones como periodista, docente y educador popular, contribuyendo a los mensajes educativos de INCUPO en radio y el periódico Acción.

Claudia, de Reconquista, docente de nivel inicial, se unió a INCUPO en 1990. A partir de 2007, coordinó la mesa de redacción del periódico Acción, participando activamente en la ideación, corrección y distribución del mismo. Mantuvo una conexión cercana con el público a través de la retroalimentación y la distribución directa de la revista.

Jorge, de la ciudad de Corrientes, ingresó a INCUPO en 1985 y se interesó especialmente por la comunicación, influenciado por el modelo educativo de Paulo Freire. Su participación en capacitaciones, como las realizadas por Mario Kaplún y José Ignacio López Vigil, marcó un hito en la consolidación de la comunicación popular en INCUPO. Jugó un papel clave en la formación de comunicadores populares en el sector rural.

Estos miembros de INCUPO, a lo largo de las décadas, contribuyeron significativamente al desarrollo y mantenimiento del periódico Acción, sirviendo como vehículo de expresión y promoción para las comunidades rurales e indígenas en la región chaqueña. Su labor refleja el compromiso de INCUPO con la construcción de una sociedad más justa y el fomento del desarrollo rural sustentable.

### **Sobre el Periódico Acción**

El periódico Acción nació en 1972 con formato tabloide de la propia imprenta de INCUPO. Se originó a partir de un boletín llamado Juntos Podemos, que se usó como material didáctico para las prácticas de las escuelas radiofónicas, recogiendo los contenidos de los módulos de lectoescritura. El

periódico se sumó a la numeración de los boletines y surgió desde el Año II y con el número 18, iniciando con una edición de 26 páginas, en dos secciones, una dedicada a los aspectos periodísticos, y otra a los didácticos correspondientes al suplemento Juntos Podemos

Figura 1



Figura 1: Primera plana del Periódico Acción. Año II, N°18

Figura 2



Figura 2 Suplemento Juntos Podemos Año II, N°18

Desde su inicio, el periódico tuvo como objetivo reflejar la realidad de las familias campesinas y comunidades indígenas del norte argentino y ofrecer un espacio de expresión y difusión para estas poblaciones, que a menudo son excluidas o estigmatizadas por los grandes medios de comunicación. Sus comienzos nos narra Claudia, que fue y es parte del periódico hasta la actualidad:

Y había en ese momento un compañero que tenía una máquina filmadora de la Súper 8 que él iba a un lugar donde filmaba a los aborígenes, sobre todo, los filmaba y se iba a otro lugar y le mostraba a otra comunidad la filmación de ellos. A la vez esta comunidad lo filmaba saludándolo y ¿qué hacía? se lo llevaba al otro y así todos los lugares donde iba le iba pasando la filmación, entonces se dio cuenta de que compartir las experiencias era de mucho enriquecimiento y que eso se podía hacer también por escrito, entonces, capaz que cuando uno pasa el video hay cierta cantidad de gente, hay un montón que no pudieron venir, otros que viven más lejos, pero si era a través de un periódico o de algo escrito ellos podían tenerlo para compartirlo, pero claro tenía que ser algo que lo puedan entender. El desafío era cómo escribir para gente analfabeta, ese era el desafío: decir cómo creamos un medio de comunicación para que entre ellos se comuniquen, pero que lo puedan entender? Así que, bueno, con esa impronta, tiene que tener cosas prácticas, después tenemos que pasar información de un lado a otro con un lenguaje que sea apropiado (Entrevista personal, Claudia de INCUBO, 27/09/2022).

El Periódico Acción se convirtió en una práctica de comunicación que acompañó el proceso de alfabetización y requirió capacitación por parte de los miembros de INCUBO para llevar a cabo la producción y la investigación en colaboración con el mundo académico. De esta manera, se reunían en el Centro de Capacitación que aún se encuentra en La Lola (Reconquista), y allí en base a su metodología de trabajo del “aprender haciendo nos formamos y a la vez vamos produciendo qué es lo que queremos

hacer” (Entrevista personal, Jorge, 16/09/2021). En sus 50 años, INCUPO, tuvo la posibilidad de contar con profesionales que realizaban capacitaciones internas y externas:

Nosotros hacíamos muchas reuniones con capacitaciones internas. Se reflexionaba mucho sobre las prácticas. Se aprende mucho desde esa metodología, digo, aprendés mucho a ver tu práctica, a valorarla, a esos intercambios que a veces cuesta más, cuesta menos, cuidar tu práctica y tal vez otro le ve desde otro lugar, desde otra mirada (Entrevista personal, Araceli, 23/09/2021).

INCUPO tenía la suerte de poder consultar con los mejores del mundo, con lo mejor que en ese momento había en pedagogía, con lo mejor que había en comunicación. Era una suerte eso, lo mismo en la radio, entonces, bueno se prepararon muchísimo y prepararon una cosa muy buena con las herramientas que tenía. (Entrevista personal, Claudia, 27/09/2022).

En cuanto al circuito de producción de Acción constaba de cuatro fases: Creación, Producción, Distribución y Retroalimentación. La creación comprendía la “mesa de ediciones”, que incluía la selección de contenidos, las notas y las secciones. En dicha mesa se decidía sobre la edición puntualizando sobre “qué quiere mostrar INCUPO en este Acción de lo que está haciendo, qué nos interesa que se vea en este mes de Incupo, qué sería importante decir, cómo lo vamos a decir” (Entrevista personal, Claudia, 27/09/2022), esto es, dónde se va a poner el acento en las notas, para que el mensaje sea claro, que no moleste, que no sea negativo, que sea positivo y que de esperanza: “no mintiendo, sino mostrando cosas que eran muy duras, pero siempre que tenga un tinte de esperanza, de que esto se puede cambiar o que ya se cambió en otro momento, que hay experiencias que lograron juntos hacer frente” (Entrevista personal, Claudia, 27/09/2022).

En el documento interno Diseño editorial, se establecen claramente los objetivos, estrategias, fases de producción, las secciones, los suplementos, las notas, las fotografías, las ilustraciones, distribución. La estrategia editorial del Acción se realizó en base a un enfoque de los contenidos en el que se priorizó las distintas identidades de los más vulnerados, sus problemas, preocupaciones, proyectos, etc. En las notas, se atendía a las estrategias de desarrollo local, ya sea relacionadas con el monte, con el mercado local, con la salud, etc. En las notas, se partió de lo práctico y desde allí se aportó a una reflexión. Se realizó producción visual (dibujos, fotos, diagramación color, etc.) con exigencia estética. Se incorporaron formatos como la historieta y otros de gran aceptación popular. Se mostró la valoración de los idiomas indígenas con la incorporación de palabras, títulos, frases, etc. Se incluyeron dos suplementos. Uno de cosas prácticas, con temas que están en función de necesidades estacionales. Y el otro, con una metodología procesual y a partir de la experiencia de INCUPO.

En cuanto a las fotografías e ilustraciones, Claudia nos comenta algunos criterios que se ponían en juego a la hora de la edición:

el tipo de fotos, fotos grandes, fotos claras, fotos donde haya pocas personas, (...) era importante conectar el texto con las imágenes o tener cuidado en cómo las usaban, que se entiendan, que se entienda claramente lo que representaban, lo que eran que no ofendan a ninguna cultura (Entrevista personal, Claudia, 27/09/2022).

La principal fuente de fotografías de Acción fueron las producciones fotográficas de los integrantes de INCUPO. Otra fuente utilizada fueron las fotografías disponibles en páginas web de agencias alternativas, diarios e instituciones. Sin embargo, se puso como criterio que no se desbalancee este equilibrio en la procedencia de las fotos. En tanto, las ilustraciones, la principal fuente fueron los dibujantes de Acción, aunque se han utilizado ilustraciones de otras publicaciones para ilustrar notas de las que no contaban con fotos. Y también para acompañar con mensajes gráficos a algunas notas.

Con respecto a los suplementos, además del Juntos Podemos, estaba el Aprender Haciendo, y tenía otro que se llamaba Hecho en Casa:

Tenía un suplemento que se llamaba Aprender haciendo y otro que se llamaba Hecho en casa. Eran de cosas prácticas de cómo arreglar una mesa, de cómo levantar una pared, de cómo hacer un banco, todas cosas prácticas que a la gente, a cualquiera que estaba destinado el periódico, le servía. Porque también recibíamos muchos pedidos de los lectores y en base a eso se armaba un poco el contenido de los suplementos. El Aprender haciendo, además de ser un suplemento, era un poco, es un enfoque metodológico del trabajo educativo en el entendimiento que vos vas a fijar conocimientos en la medida que los experimentes, que los hagas, que los practiques, que los lleves a la práctica vos mismo (Entrevista personal, Luis, 15/09/2021).

En el diseño se prioriza el estilo de Acción basado en los siguientes criterios: claridad, distinción de cada una de las partes internas (columnas, secciones y suplementos), tamaño grande de letras, números, indicaciones, empatía del diseño con el mundo cultural campesino e indígena.

En cuanto a la agenda, en el Periódico hay un predominio de noticias regionales del noreste y del noroeste argentino, de aspecto culturales tales como cuentos/leyendas de la región. Dichas secciones, que pretendían visibilizar el norte, sus habitantes y las problemáticas se llamaban: “Norte, información regional”, “Este Norte Nuestro” (Figuras 3).

También se editaban secciones que retomaban noticias a nivel nacional e incluso internacional, tal como “Lo que pasó en Argentina y el mundo en fotografías” (Figura 4) y “La noticia en los títulos” (Figura 5) era una página donde precisamente se disponían títulos a modo collage de títulos de distintas procedencias. También publicaban en las páginas del Periódico las cartas de los lectores. La sección se denominaba “Correo del lector, Esta página es tuya, por El Cartero de INCUPO” (Figura 6). Allí se leen las cartas que enviaban a la oficina principal en la ciudad de Reconquista (provincia de Santa Fe) y una breve respuesta realizada por la redacción del Acción.

Claudia recuerda: “teníamos un correo de lectores, entonces los compañeros de la mesa iban trayendo cartas de los distintos lugares o nos mandaban directamente por correo y entonces publicábamos experiencias, saludos” (Entrevista personal, Claudia, 27/09/2022).

Figura 3

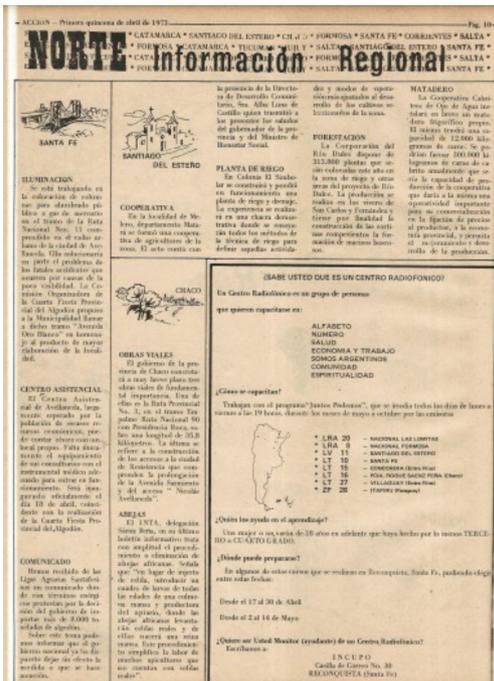


Figura 3. “Norte, información regional” Periódico Acción. Año II, N°18.

Figura 4



Figura 4. “Lo que pasó en Argentina y el mundo en fotografías” Año II, N°18

Figura 5

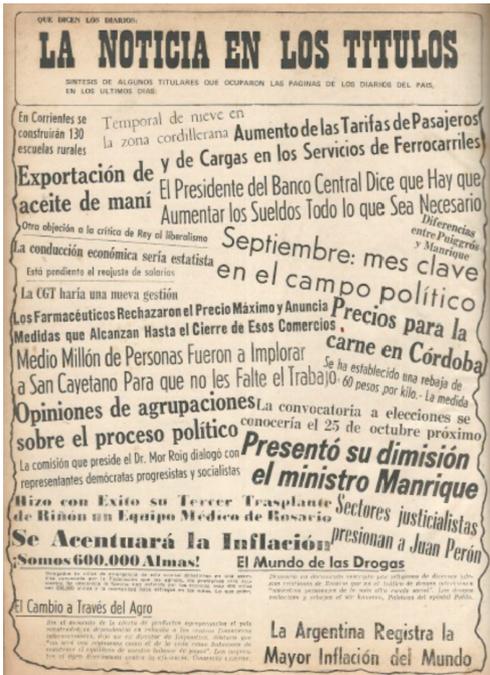


Figura 5 "La noticia en los títulos", Periódico Acción Año III, N°27, abril 1973.

Figura 6



"Correo del lector, Esta página es tuya" Acción. Año II, N°22, 1972

Figura 7

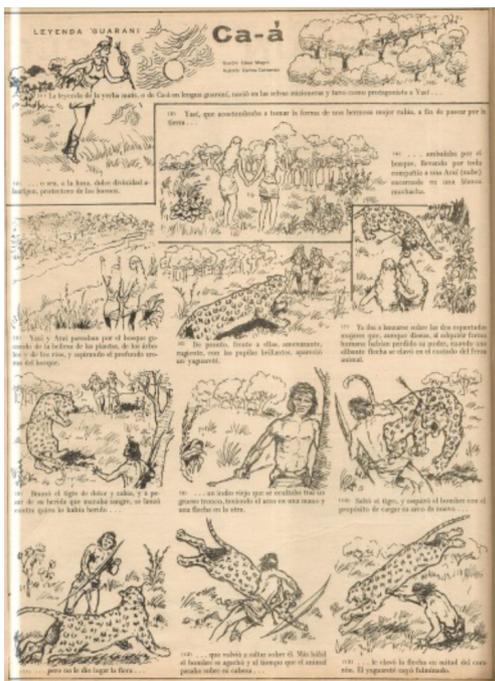


Figura 8



Figura 7 y 8: Historieta de una leyenda guaraní y "Riase!! Total es gratis". Periódico Acción Año III, N°27, abril 1973.

Figura 9



Figura 10



Figuras 9 y 10: Acción Navidad 1972, año II, N° 23, tapa y editorial.

Otra sección que se editaba eran las historietas, página de chistes, poesías, cuestiones que pueden pensarse más recreativas, manteniendo la mirada regional, visibilizando a partir de esas modalidades de enunciación (Figura 7 y 8). Continuando con en el diseño, el cuerpo de Acción está integrado por un interior y tapas: contiene 28 páginas excepto en los meses en que salía con 24 debido a que contiene los suplementos religiosos. O los suplementos prácticos salían con más páginas que las habituales. El criterio para definir cuándo iba a salir con menos páginas de las 28, era el peso del periódico. En lo posible se trataba de lograr que no pase de los 100 gramos para que no supere el costo del correo. En dos momentos del año, noviembre y marzo, salían otros dos suplementos: de Navidad y de Semana Santa, respectivamente (Figuras 9 y 10).

La agenda la definíamos nosotros, pero con mucha participación, digamos, de actividades de las comunidades, o sea, el contenido siempre surgía del Acción en terreno, gran parte de él, no la totalidad porque después había una nota editorial, después había noticias así del nivel nacional, cosas de, no sé, el aumento de los jubilados o cosas así del orden nacional, noticias que surgían más bien de los estamentos de gobierno, cosas así, pero eso era lo menos, lo más eran las actividades que se hacían en el terreno y que se publicaban en el Acción. Las provincias, cuando yo digo las provincias, son los equipos provinciales de Incupo en Corrientes, en Formosa, en Chaco, en Santiago del Estero, en Catamarca, hacíamos de corresponsales, o sea, a partir del accionar en terreno se generaban las notas y bueno, a veces entraban todas y a veces no, algunas quedaban para el mes que viene, todo eso se conversaba, se conversaba con el equipo central del Acción (Entrevista personal, Luis, 16/11/2022)

La búsqueda de participación de “colaboradores/vendedores populares” se planteó como una estrategia a implementar desde INCUPO. Se trataban de “instituciones intermedias”, las que “ayudan a contactarnos con posibles vendedores del ACCIÓN. Son instituciones que conocen los objetivos de ACCIÓN y nos ayudan a llegar a los más pobres del campo. La mayoría de los intermediarios son religiosas y párrocos católicos” (Diseño editorial de INCUPO), como también integrantes de organizaciones sociales y asociaciones civiles que focalizan en la educación popular, la defensa del medio ambiente, de pequeños productores agropecuarios. INCUPO les otorgaba a

los vendedores populares el 40% del costo de la publicación como compensación por sus servicios de venta. Asimismo, para garantizar que estos vendedores llegaran a los sectores más desfavorecidos de las zonas rurales y de los pueblos, se llevaba a cabo un proceso de capacitación.

Con respecto a la distribución, coexistían dentro de INCUPO dos sistemas de distribución del periódico, según el documento Diseño Editorial de INCUPO. Un sistema descentralizado, en el que la distribución se hacía fundamentalmente desde cada Área y la mayor parte de los periódicos se entregaban en forma gratuita; y un sistema centralizado, a partir del cual la distribución se hacía fundamentalmente desde la oficina central, a través del correo argentino y de los vendedores populares. Los periódicos se pagaban.

Nosotros teníamos vendedores populares en cada lugar. Ellos eran los que se encargaban de ver cuántos periódicos vendían en los distintos lugares, entonces nosotros armábamos los paquetes y se los enviábamos a ellos y ellos eran los que distribuían en cada lugar o después, cuando nosotros tuvimos una camioneta, íbamos en la camioneta y se los llevábamos a ese distribuidor y ese distribuidor los alcanzaba a las personas puntuales. Los primeros distribuidores que tuvimos eran monitores: los sacerdotes de la parroquia donde trabajaba INCUPO, las monjitas. Armábamos paquetes y los despachábamos con el correo, por correo argentino.

Y mandábamos también a Perú, Ecuador porque teníamos contacto con Ecuador, Perú, a Colombia iban algunos Acciones a Uruguay, Paraguay. Algunos periódicos iban a Europa también, pero por personas que habían estado acá en Incupo trabajando y querían que se los mandemos. O les mandábamos a Alemania para que vean qué se estaba haciendo (Entrevista personal, Claudia, 27/09/2022).

En cuanto a los lectores/receptores del Periódico Acción presentaban una diversidad de ámbitos y fines. Así nos comenta Luis:

Era la gente con la que nosotros trabajábamos en las comunidades, campesinos, campesinas, peones rurales, cosecheros, hacheros y después el periódico fue llegando a otros públicos o, mejor dicho, fue siendo adoptado por otros públicos como es el caso de las religiosas, los sacerdotes, los docentes, los docentes y las docentes que lo usaban como herramienta de trabajo, las catequistas, digamos, personas que estaban trabajando por ahí con esas personas que nosotros también trabajábamos y que les servía el material como herramienta didáctica (Entrevista personal, Luis, 16/11/2022).

Los ámbitos que “esperaban” el material didáctico que brindaba el Acción eran diversos, desde las parroquias de los pueblos, las catequistas y religiosas que usaban los suplementos de navidad y semana santa, “por ahí cuando no llegaban en tiempo nos llamaban y nos preguntaban si faltaba poco tiempo, era muy esperado el periódico, los suplementos por ese grupo de gente.” (Entrevista personal, Luis, 16/11/2022).

Después estaban los técnicos del INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria) que utilizaban el tratamiento que INCUPO les daba a ciertos temas afines para las charlas y capacitaciones que ellos mantienen con los productores:

ellos encontraban en el Acción una herramienta mucho más adaptada, adecuada a la gente que la que el mismo INTA le daba, entonces los técnicos de INTA, muchas veces, usaban nuestro material. No sólo el INTA sino los técnicos del ministerio de Agricultura de la provincia o ese tipo de organismos usaban nuestro material para trabajar con la gente (Entrevista personal, Luis, 16/11/2022).

El Periódico Acción de INCUPO representó para sus integrantes y lectores una herramienta didáctica, pedagógica, de educación popular, de visibilización de distintas realidades que no son transmitidas desde medios hegemónicos, monopólicos, de pensamiento único. Fue ampliamente utilizado por diferentes actores sociales, incluidas parroquias, catequistas, religiosas, técnicos del INTA y del Ministerio de Agricultura de la provincia, quienes encontraron en el material de Acción una herramienta útil y adecuada para su trabajo con la gente. Se lo consideró como “una carta de presentación”:

[...] para nosotros, para la gente de Incupo también sirvió durante mucho tiempo como, no sé si decir carta de presentación o qué, pero al lugar donde íbamos así de congresos, encuentros, qué se yo, llevábamos Acciones y a todo el mundo le gustaba, digamos, o sea, inclusive, aunque fuera atrasado la gente lo usaba, o para leer o para repartir o para diferentes cosas (Entrevista personal, Luis, 16/11/2022).

Esta cuestión de que la gente “usaba” el periódico por más que “fuera atrasado”, nos remite también al modo en que se editaba y cómo era apropiado ese contenido tanto al interior de INCUPO como con las personas y organizaciones sociales con las que se trabajaba:

Se armaba todo de un modo muy didáctico, comprensible, agradable. Y después cuando se dejó de hacer, el Acción siguió por su cuenta porque era una herramienta de entrada para los monitores, es una carta de presentación. Después veían también cómo la gente se apropiaba del Acción y si los representantes de las organizaciones tenían que visitar a políticos o tenían que participar de reuniones, se llevaban el Acción y decían esto somos nosotros. Salgo acá (Entrevista personal, Claudia, 27/09/2022).

A partir de estos relatos podemos ir visualizando ese objetivo planteado del Acción de lograr constituirse en un espacio comunicacional con las comunidades y en el entramado de identificación que hacía posible desde su materialidad:

la gente conocía que en otros lugares había gente que vivían casi en las mismas condiciones entonces eso hace que por medio de este periódico se puedan compartir las experiencias que se hacían de distintas cosas, en distintos lugares. Entonces ahí se empieza a hacer, si en otro lugar están haciendo, por ejemplo, miel de caña entonces otra familia dice: ah mirá Incupo está haciendo en tal lugar y a nosotros nos da (Entrevista personal, Araceli, 23/09/2021).

Asimismo, y en consonancia con lo que venimos mencionando sobre el Acción que se construyó como un espacio de expresión para las comunidades, también era utilizado como una herramienta de denuncia. Así nos lo cuenta Claudia:

Claudia: En una época fueron de mucha denuncia, de muchísima denuncia, si vos miras las páginas no había pruritos en eso, se mostraba y después se fue como, no sé si reprimiendo, cuidando o qué, pero había mucho cuidado en, sobre todo, la parte política, en cuestiones del país en hacer denuncias, se las hacía pero de una manera, digamos, mostrando la realidad y diciendo, bueno, acá en esto hay un hecho de injusticia o en la parte de opiniones decir, bueno, estamos atravesando esto, pero con mucho más cuidado, pero en un momento del periódico fue de mucha denuncia.

Yo: ¿Y en qué momento, en qué momento mencionas?

Claudia: En el 78, 79 las notas de por ahí hasta el 80, toda esa época que era más militar, es increíble, pero hay mucha denuncia de cosas en una época en que nadie más lo hacía o hay cosas que no se hablaban y bueno, yo creo que estaban bien planteadas, pero se denunciaban, se denunciaban.

Y bueno, lo que más creo que sí fue de denuncia fuerte en Incupo fue todo el conflicto de tierras, Santiago del Estero, por ejemplo, que eran conflictos concretos, pero por ejemplo todo el tema de la soja transgénica, de los venenos de los agroquímicos, de todo eso nosotros queríamos hacer más, pero nos frenaban siempre: “guarda, no tanto, no sean tan crudos”. O, por ejemplo, hablar me acuerdo en un momento hicimos una tapa que era de Estados Unidos, viste el sombrero que caracteriza a Estados Unidos, en la mano tenía una marioneta y estaba manejando los hilos, es decir, quién maneja los hilos, quién está manejando la historia de todos los países y tenía un brazaletes que tenía... me acuerdo que ¡uy! esa tapa no sabés cómo nos criticaron (Entrevista personal, Claudia, 27/09/2022).

Durante la dictadura cívico-militar en Argentina (1976-1983), el periódico tuvo una etapa de “muchas denuncias”, según la entrevistada. Esto se relaciona con un período de represión y censura, donde la prensa estaba bajo amenaza. Los medios de comunicación que se atrevían a denunciar las

violaciones de derechos humanos y otras injusticias cometidas por el gobierno militar corrían un alto riesgo. En este contexto, el periódico Acción expuso en sus páginas todo lo relacionado al conflicto por las tierras en la región, de los venenos agroquímicos, la importancia de la alimentación. Asimismo, en una segunda etapa el periódico tuvo que adaptar su discurso en este período, pasando de una postura combativa a un perfil más bajo. Esto se observa en el durante la dictadura predominaron los discursos relacionados con la Fe cristiana, la vida familiar, los cuidados con respecto a la salud. A pesar de las dificultades, el Acción continuó cumpliendo su misión de ofrecer un espacio de expresión para las comunidades rurales e indígenas del norte argentino, permitiendo que recuperen su propia voz y compartan sus experiencias y demandas.

A medida que la democracia se restauró en Argentina, es posible que se haya ejercido una mayor precaución al tratar temas políticos y cuestiones controvertidas. Esto podría interpretarse como un esfuerzo por parte del periódico de adaptarse a un ambiente político más estable, evitando posibles represalias o conflictos en un momento de transición. Un tema específico que Claudia menciona como objeto de denuncia en INCUPO es el conflicto de tierras en Santiago del Estero. Este tipo de denuncias estaba relacionado con cuestiones de justicia social y derechos de las comunidades locales en el contexto de la distribución de tierras. También se hace referencia a la controversia en torno a la soja transgénica y los agroquímicos, lo que sugiere una preocupación por los problemas ambientales y la salud pública.

En cuanto a los límites de esta práctica se pueden resumir básicamente en dos: la producción y el financiamiento. Con respecto a la producción, se observa desde las entrevistas realizadas que lograr un producto respetable llevaba tiempo, y generalmente no abundaba, lo que generaba cierta tensión con las personas que lo esperaban:

Eran un poco complicados los tiempos porque había comunicadores en todas las provincias, entonces ellos tenían que mandarme las notas que habíamos decidido que iban a poner y todo lo que es el esqueleto que armamos acá, bueno, eso sería fácil, pero que me manden las notas, que me mande la foto, que las fotos sean buenas, todo esto es un tema. No es lo mismo publicar en Internet una foto que quizá la ven bien impresa que sea una foto un montón de características que tenían que tener, por ejemplo, que las personas estén vestidas y que no están mal vestidas, porque a veces unas fotos hermosas, pero de personas que están en la chacra y que están sucias. El criterio nuestro era que tenían que salir no para impactar al público, que a veces te ponen una foto de un nene de La India con todos los mocos, flaquito y claro, vos ves la nota y te impacta y si la nota quiere decir "ayudemos porque se están muriendo de hambre", se logra.

No era nuestro cometido, no era eso sino era que ellos salieran bien, que salieran con dignidad, que se mostrara lo mejor de ellos, entonces en algunas notas, bueno, sácale una foto más linda, fijate que están mejor o no mostrar un niño con la lanza matando un pescado, matando animales, ellos tienen familia, cuidan la naturaleza, que se reflejara en las fotografías y a veces a los compañeros les costaba entender eso.

Entonces era medio ida y vuelta, lo mismo con la información, una nota que no estaba bien armada volver a decirle falta esto.

Y bueno, una vez que teníamos nosotros más o menos armado el cuerpo del Acción mis compañeros, Eloy, que es literato, le hacía una corrección final detalladamente de todo. Después ya diagramado, lo pasamos a la impresión. Así que armar, diagramar e imprimir era todo un tiempo, llevaba tiempo, era muy elaborado. Apasionante. Pero a mí me significaba un estrés terrible porque a veces llegaba la fecha de reparto y la imprenta te decía: mirá, no podemos porque nos llegó un trabajo porque ustedes lo trajeron tarde, porque dijeron el 21 y lo trajeron el 25 y ahí se nos armaba todo.

Y la gente empezaba a preguntar y no salió por ahí, si nos demorábamos, ¿no salió, cuando va a salir? por todo el sistema de distribución que teníamos (Entrevista personal, Claudia, 27/09/2022).

Claudia ofrece una visión detallada de los desafíos y procesos involucrados en la producción de la revista "Acción" en INCUPO. En primer lugar, destaca la complejidad de coordinar la colaboración

de comunicadores de diferentes provincias. Esto implicaba recibir y gestionar las notas y fotos que se incluirían en la revista. Además, la importancia de la calidad de las fotos, ya que debían ser apropiadas para su publicación impresa, lo que requería ciertos estándares estéticos y de presentación. Es interesante notar que el enfoque editorial de la revista era resaltar la dignidad de las personas y las comunidades retratadas en lugar de buscar impactar al público a través de imágenes impactantes pero explotadoras. Este enfoque ético permite ver el modo en que INCUPO entiende el compromiso con la promoción de la dignidad y el respeto a través de su comunicación.

Uno de los entrevistados, Luis, nos señala otros límites de la producción. Se trata de aquellos que se relacionan con la fotografía, la escritura apropiada para sus receptores y de alcanzar un “lenguaje popular”:

Nuestro déficit, así haciendo un poquito de autocrítica, fue siempre la parte de fotografía porque éramos todos aficionados, digamos, es cierto y las fotos nunca eran del todo lindas y del todo atrayentes, digamos, es que además a eso le suma que eran en blanco y negro, con más razón costaba mucho que un lector se enganche, salvo que él esté en la foto, no eran fotos tan atractivas.

Ese fue siempre uno de nuestros déficits y después el hecho de la necesidad de escribir poco, de decir las cosas en pocas palabras también era un déficit.

Uno quiere escribir todo y no piensa que el lector no es... no es tan divertido leer un texto muy largo. El lector quiere un texto corto y que en ese texto corto se diga lo central de la nota, que pueda leerlo sin tener que estar dos horas con el periódico enfrente y si además a eso le sumas que nuestro público era un público de adultos con muy poco manejo de la lectoescritura, entonces con más razón estaba la necesidad de hacer textos cortos y concretos.

Trabajamos muchos temas del lenguaje, del lenguaje popular, pero no es fácil, no era fácil que nosotros nos pongamos en el lugar de los lectores, esos son los déficits que yo recuerde (Entrevista personal, Luis 16/11/2022).

De esta manera, Luis señala dos desafíos importantes que enfrentaron en INCUPO en relación con la producción del "Acción". Estos desafíos se centran en la fotografía y la extensión de los textos. En primer lugar, destaca que la falta de experiencia en fotografía fue un déficit constante en su trabajo. Al ser todos aficionados, las fotos a menudo no cumplían con los estándares estéticos que podrían haber hecho que la revista fuera más atractiva. En segundo lugar, Luis menciona la dificultad de sintetizar la información en textos cortos y concretos. A menudo, tenían la tentación de escribir textos largos y detallados, pero reconocían que su público objetivo, compuesto en su mayoría por adultos con limitaciones en la lectoescritura, prefería textos breves y directos. Esta adaptación al nivel de lectura de su audiencia era esencial para garantizar que el contenido llegara de manera efectiva a su público.

Más allá de las capacitaciones que han realizado en fotografía, video, redacción, el promotor de INCUPO como era Luis, tenía que hacer “de todo”. Desde

salir a invitar a las familias, preparar la reunión, coordinar la reunión, sacar las fotos, hacer la entrevista, escribir la nota y enviar eso a la redacción del Acción, o sea, no era un profesional que hacía solamente una cosa y estaba concentrado en eso sino que hacía un montón de cosas, entonces la eficiencia con la que hacía toda la parte periodística era relativa (Entrevista personal, Luis 16/11/2022).

Entonces, las capacitaciones que representaban una posibilidad, representaban limitaciones y poco saber técnico:

Después, con el tiempo, fuimos separando, digamos, las actividades de comunicación y hacíamos solamente eso, solamente de comunicación, íbamos, hacíamos la foto, las entrevistas y las grabaciones, pero eso fue ya en una etapa posterior. Teníamos capacitaciones y eso, pero eran capacitaciones muy ¿cómo te diría? ninguno era recibido en escuelas de periodismo y eran todas capacitaciones, así que

tenían sus limitaciones, desde el punto de vista técnico. Capaz que el mensaje de la foto y todo eso estaba bueno, pero la iluminación no tanto y el encuadre no tanto, a eso me refiero con falta de profesionalidad (Entrevista personal, Luis 16/11/2022).

Su producción se vio limitada en momentos oscuros de la historia argentina, tal como la última dictadura, y en el último tiempo por cuestiones de financiamiento que llevó a que el último número sea en el año 2020.

La principal fuente de financiamiento fueron instituciones, agencias europeas, vinculadas con la iglesia, no sólo católicas sino también la iglesia Universal, ecuménica, básicamente de Alemania, Austria, Francia, Italia. La principal fue una agencia de Alemania, Misereor, que es católica. En diciembre del 2020, esa institución se va de Argentina y deja de financiar todos los proyectos que tenía, entre ellos INCUPO. A fin de ese año, deciden dejar de publicar el Acción, y no continuarlo digital.

El periódico Acción no se siguió digital, en realidad fue más un problema interno para no seguir, pero sobre todo lo gráfico era un presupuesto altísimo que no ameritaba y en vez de hacer el periódico digital nos propusimos otra cosa digital que nos quedamos a medias. (Entrevista personal, Ernesto, 04/03/2022).

De esta manera, llegado diciembre del año 2020, la última edición del Periódico Acción se realizó en formato digital (Figura 11). Esto traía consigo muchos límites.

La falta de materialidad no producía los mismos sentidos, la misma identificación y lugar de representación que su forma virtual. Pero el hecho de no recibir más financiación de las entidades europeas representó para INCUPO una crisis profunda. Tuvieron que comenzar a trabajar, a mostrarse ellos mismos, a presentarse, ¿qué es INCUPO?, ¿qué hace?, para captar donantes y continuar con otras prioridades, otras prácticas, en las que el Acción ya no se encontraba, usando la página web y sus redes para tal fin.

Figura 11. Portada del último Periódico Acción editado de forma digital Año XLVII, N° 521



En esta última edición se publicó un escrito en el cual exponen un balance de los 50 años de existencia de INCUPO y del periódico que vienen editando desde 1972 (Figura 12 y 13).

Figuras 12 y 13: Artículo de despedida del último Periódico Acción editado de forma digital Año XLVII, N° 521



Para muchos el Acción era un periódico para los que no sabían leer. Es que el esfuerzo estaba puesto al servicio de quienes tuvieron poca instrucción escolar. Al utilizar un lenguaje sencillo, popular, se podía comprender con cierta facilidad el contenido de las noticias de las distintas comunidades, las opiniones políticas, los acontecimientos históricos. También aparecían cosas prácticas, como por ejemplo, hacer un horno de barro, o cómo cuidar la semilla criolla, o cómo mejorar la huerta familiar. A su vez, el esfuerzo estuvo puesto en rescatar y multiplicar los valores culturales campesinos e indígenas, con todo lo propio de su forma de vida (Periódico Acción, 2020).

De esta manera, el periódico Acción, se destacó por su enfoque inclusivo y accesible, dirigido a personas con diferentes niveles de instrucción. Utilizando un lenguaje sencillo, logró transmitir noticias locales, opiniones políticas y consejos prácticos de manera comprensible para todos. Además, tuvo un papel importante en la preservación y difusión de los valores culturales de las comunidades campesinas e indígenas, fortaleciendo así su identidad y vida comunitaria.

### Discusión

El recorrido del periódico Acción del INCUPO revela un impacto significativo y una evolución a lo largo de su historia desde 1972 hasta el año 2020. El estudio etnográfico permitió captar los saberes, significaciones, experiencias y prácticas de quienes estuvieron vinculados con este proyecto editorial comunitario en el Gran Chaco Argentino. Acción no solo fue un medio de comunicación, sino también una herramienta didáctica, pedagógica y de educación popular. Su valor radica en su capacidad para visibilizar realidades que no eran transmitidas por los medios hegemónicos. Sin embargo, su desarrollo se vio limitado en momentos oscuros de la historia argentina, como durante la última dictadura, y también por cuestiones de financiamiento, que llevaron a que su última edición fuera en 2020.

Asimismo, también cumplió un papel importante como carta de presentación para INCUPO en congresos y encuentros, donde era valorado y utilizado por diferentes personas y organizaciones sociales. Esto muestra cómo Acción logró trascender su función informativa para convertirse en un símbolo de identificación y representación para la comunidad.

Uno de los aspectos destacados es la capacitación que recibieron los comunicadores de INCUPO para producir el periódico, lo que contribuyó a su crecimiento y profesionalización. Esta capacitación incluyó encuentros con expertos en pedagogía y comunicación, lo que permitió mejorar la calidad del material producido.

Acción también se destacó por su compromiso con la denuncia de injusticias sociales y políticas. Aunque en un principio hubo más libertad para abordar estos temas, con el tiempo se volvió más cauteloso debido a presiones externas. Sin embargo, esto no impidió que el periódico siguiera siendo un medio de expresión crítica y comprometida con su comunidad.

Estos aspectos evidencian cómo las prácticas comunicativas de Acción emergen como respuesta a un contexto de dominación y silenciamiento impuesto por el poder hegemónico. Desde la perspectiva de la teología de la liberación, se plantea la comunicación como una herramienta para la emancipación y la transformación social, donde el diálogo y la participación son fundamentales en la construcción de una sociedad más justa.

Por último, el Periódico Acción representa un ejemplo valioso de comunicación comunitaria que va más allá de informar, buscando cuestionar y transformar las estructuras sociales injustas, empoderando a los sectores populares y visibilizando otras realidades en la búsqueda de una sociedad más equitativa y democrática.

## Conclusiones

En este recorrido y construcción, dimos cuenta del relato de surgimiento de INCUPO. Nace en 1969 como Asociación Civil sin fines de lucro con los objetivos de alcanzar una educación integral del adulto, crear estructuras comunitarias, construir para ello medios interpresenciales y de comunicación. Se proponía la educación popular y la organización de estructuras de base como forma de superar las situaciones de marginalidad y tender a una mayor participación.

Desde las prácticas de comunicación y de educación que promueve INCUPO desde sus inicios, se pretendía incentivar la potencialidad de emancipación de los sujetos sociales vulnerados desde lo sociopolítico y fortalecer los lazos que conforman comunidades, un nosotros. Y la práctica del Periódico Acción, tiene ese principio y horizonte. Esto nos remite a que las prácticas de comunicación popular han interrogado la dimensión política de la comunicación, demandando y confrontando el sistema comunicacional constituido por medios funcionales a los poderes económicos y políticos.

El Periódico Acción nace en 1972, su origen se dio en un boletín Juntos Podemos o el Aprender Haciendo, y que el periódico continuó su numeración. De esta manera surge en el Año II, N° 18 como un medio de comunicación al servicio de los sectores populares y una herramienta de cambio que apuntaba a un buen vivir de las comunidades indígenas y campesinas, los grupos organizados de base y el territorio/ambientes que habitan.

La producción de esta práctica de comunicación, editar el Periódico con cierta frecuencia y estética implicó capacitaciones varias en redacción en un “lenguaje popular”, porque el desafío era llegar a esos lugares donde la lectoescritura era rudimentaria, en fotografía que retrate las condiciones de vida de esos lugares, en tipografía y edición de un tabloide. Se fue logrando, los recursos estaban disponibles para alcanzar materializar el objetivo de visibilizar las comunidades del norte argentino y que estas encuentren en el Acción un espacio de expresión y reconocimiento, y por qué no de pertenencia e identidad. Porque el Acción también era considerado una carta de presentación, tanto para los editores como para las comunidades.

Asimismo, la producción parece no haber sido lo suficientemente profesional, trabajaban siendo “aficionados”, la fotografía era rudimentaria, las notas eran muy extensas. La distribución de tareas en los roles que comentamos que se organizaba INCUPO (promotor, monitor, técnico) tenía límites muy difusos, y algunos se encontraban recargados de tareas (vimos que la figura del promotor tenía que contactar a las comunidades, visitarlas, conversar, hacer la nota, sacar fotografías, enviar el material a la mesa de redacciones, y contener si había cuestiones que trabajar con la comunidad más allá del Acción). Esto fue percibido como modo de trabajo que no permitía profundizar en esa estética que era esperada desde INCUPO, y es sentida como un déficit.

Desde agosto de 1972 hasta diciembre de 2020, 48 años de existencia, 521 números editados, todas las posibilidades que señalamos, no fueron lo suficiente para convertir los límites en posibilidad de crecimiento. El Acción comenzó a percibirse como un gasto cuando se retiró la principal institución de financiamiento. En ese entonces, había otras prioridades que remiten al trabajo con las comunidades y organizaciones sociales y a los derechos de una vida con los servicios esenciales,

tales como la construcción de aljibes en Formosa para el acceso al agua; la creación y fortalecimiento de las ferias agroecológicas en Corrientes para promover este modelo de producción rural de soberanía alimentaria; la reorganización institucional en tanto que tuvieron que reducir el personal de planta de INCUPO y la defensa del ambiente acompañando la lucha por la Ley de Humedales. Para la comunicación, circulación y visibilización de estas acciones, priorizaron utilizar sus redes sociales y su página web, haciéndose de herramientas para un uso estratégico a través de capacitaciones internas. De todas maneras, esto ya es parte de otras prácticas y dinámicas de comunicación en INCUPO que hoy continúan vigentes.

### Referencias bibliográficas

- Achilli, E. (2005). *Investigar en antropología social. Los desafíos de transmitir un oficio*. Laborde.
- Antonia, (2021). Comunicación personal, 07/04/2021.
- Araceli, (2021). Comunicación personal, 23/09/2021.
- Claudia, (2022). Comunicación personal, 27/09/2022)
- De Dios, R. y C. Vigil. (1985). Diagnóstico participativo de comunidades: La experiencia de INCUPO. *Revista Chasqui* 14. CIESPAL. DOI: <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i14.1791>
- Ernesto, (2022). Comunicación personal, 04/03/2022
- Fasano, P. (2011) Cambio de estilo. Etnografía sobre comunicación comunitaria, iglesia católica, cultura popular, radio, política y participación en un barrio de Argentina (Tesis Doctoral), Río Grande Do Sul, Universidade Federal do Rio Grande Do Sul.
- Fasano, P. e I. Roquel (2015). "Comunicación comunitaria: un proyecto en busca de definiciones". *Actas de Periodismo y Comunicación*, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016. [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62617/Documento\\_completo.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62617/Documento_completo.pdf?sequence=1)
- Freire, P. (2014). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI.
- Gardella, M. (2021). De "Juntos podemos" a "Seguimos educando". De los 50 años de INCUPO a los 100 años de la radio. *VIATOR Revista Científica de Comunicación desde los bordes* N°7. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Jujuy. <http://revista.fhycs.unju.edu.ar/revistaviator/index.php/viator/article/download/82/66/>
- Gerbardo, J. (2014). Radios Comunitarias, Comunicación Popular y Ciudadanía. Disputas por la democratización de la palabra pública. El caso del Foro Argentino de Radios Comunitarias -FARCO-Argentina (1980-2013) (Tesis de la Maestría), Córdoba, Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba.
- Gramajo, G. (1995). *Cultura y Acción social: Estilo de comunicación del Periódico Acción de INCUPO*. Indicios para el estudio de un periódico popular como espacio comunicacional genuino. Tesis de grado, Trabajo Social. Universidad Nacional de Tucumán.
- Graziano, M. (1980). Para una definición alternativa de la comunicación. *ININCO*, (1).
- Guber, R. (2013). *La etnografía*. SXXI ed
- Huergo, J. (2006) *Hacia una genealogía de Comunicación/Educación*. Rastreo de algunos anclajes político-culturales. Tesis de Maestría UNLP (Argentina)
- INCUPO. (2020). Estatutos. Aprobados por Resolución 505 del 11/06/2020 por I.G.P.J., Fiscalía de Estado, provincia de Santa Fe, Argentina.
- INCUPO. (s/f). Proceso educativo en INCUPO [Documento no publicado]. INCUPO, Argentina.
- INCUPO. (s/f). Diseño editorial [Documento no publicado]. INCUPO, Argentina.
- Jorge, (2021). Comunicación personal 16/09/2021.
- Kaplún, G. (2007). La Comunicación Comunitaria. In *Medios de comunicación: El escenario iberoamericano-Tendencias* 07 (pp. 311 - 321). Planeta.
- Kaplún, M (1997) *De medios y fines en comunicación educativa*. Chasqui N° 58. Ecuador.
- Kejval, L. (2009). *Truchas*. Prometeo Libros.
- Luis, (2020). Comunicación personal. 03/12/2020.
- Martín Barbero, J. (2010). De los medios a las mediaciones. *Anthropos*.
- Mata, M.C. (2011). Comunicación popular: continuidades, transformaciones y desafíos. *Oficios terrestres*, 1(26). <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/982>

- Mónica, (2021). Comunicació personal. 07/04/2021
- Nadalich, M. (2014) Análisis comunicacional de la publicación Acción del Instituto de Cultura Popular (INCUPO), construcción y abordaje del Área Aborigen. Tesis de grado. Facultad de Ciencias de la Educación. Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER)
- Periódicos Acción (1972-2020). Consultados en la sede principal de INCUPO en Reconquista.
- Prieto Castillo, D. (1998). "Comunicación educativa en el contexto latinoamericano". *Intervención Psicosocial*, 1998, Vol. 7, N.º 3 - Págs. 329-345
- Segura, M. S. (2018). De la resistencia a la incidencia. Ed. UNGS.
- Segura, M. S. (2011) *Las disputas por democratizar las comunicaciones. Las tomas de posición de las organizaciones sociales* (Córdoba, 2001-2009), tesis del Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. <https://democratizarcomunicacion.fcc.unc.edu.ar/wp-content/blogs.dir/27/files/tesisDoctorado-MSSegura-20110316.pdf>
- Simpson Grinberg, M. (1986). Comunicación alternativa para el cambio social. Premia.
- Uranga, W (2007) Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales. Disponible en: <http://wuranga.com.ar>
- Villamayor, C. (2015). Estudios de comunicación popular. Teorizar es intervenir. En: F. Saintout. A. Varela (Dir.) *Voces abiertas: comunicación, política y ciudadanía en América Latina*. (pp. 215 – 241) La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. CLACSO. [https://www.clacso.org.ar/libreria-latinoamericana/contador/sumar\\_pdf.php?id\\_libro=1018](https://www.clacso.org.ar/libreria-latinoamericana/contador/sumar_pdf.php?id_libro=1018)
- Villamayor, C. (2014) Las radios comunitarias gestoras de procesos comunicacionales. *Mediaciones*; vol. 10, no. 12. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/115790>
- Vinelli, N., & Rodríguez Esperón, C. (2004). *Contrainformación: medios alternativos para la acción política*. Peña Lillo Ediciones Continente