

COMO SE CONSTRUYE LA CIUDADANIA: EL EJEMPLO QUE VIENE DE BRASIL.

Diálogos electrónicos y presenciales entre Heloisa Primavera y Herbert de Souza y Fernanda Carvalho, marzo - junio 1996.

1. Creando un contexto para ubicar lo que sigue.

En septiembre de 1993, en el curso del Seminario Cómo enseñar Gerencia Social, dictado en la FCE por Bernardo Kliksberg y José Sulbrandt, como anfitriona de la casa y participante de la organización del mismo, escuché por primera vez en el ambiente académico local la referencia al nombre de Herbert de Souza, Betinho, tan difundido en Brasil y América Latina en décadas pasadas. Se habló de la *Acción de la Ciudadanía contra la miseria y por la vida* como ejemplo de poner en práctica nuevas formas de articulación de la sociedad civil, principalmente hacia adentro, pero también con el Estado, partiendo de principios muy particulares, quizás podría arriesgar diciendo que de un *vale-todo-menos-decir-que-éste-no-es-mi-problema*, al menos si nos ubicamos en la posición de científicos sociales comprometidos con la transformación de la sociedad en un mecanismo más equitativo de distribución de la *riqueza* (material e inmaterial) *incomensurable*, de que disponemos hoy en el planeta. Pero también si nos colocamos simplemente en la postura de ciudadanos, como se verá más adelante. Porque, por suerte, los científicos sociales no son una clase especial que se excluye de la mortal ciudadanía... Han pasado casi tres años, a lo largo del cual, he investigado, recopilado material, inoculado el tema en mis distintas clientelas cautivas desde el rol docente y, finalmente, en febrero de este año me pareció oportuno mostrar un poco más *la cocina y el alma, los sabores y sinsabores*, de ese movimiento que entra en su cuarto año de realizaciones. Para ello, viajé a Rio en marzo último y lo que sigue habla de los resultados hasta el momento y también de algunos efectos perversos.

Los interlocutores de este diálogo son, pues, la compiladora-editora de estas líneas, *Heloisa Primavera*, docente de la UBA y UNICEN en las áreas de Trabajo Social, Gerencia Social y Epistemología de la Complejidad, el sociólogo *Herbert de Souza*, director del IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) de Rio de Janeiro, y articulador nacional de *ACÇÃO DA CIDADANIA CONTRA A FOME E A MISERIA PELA VIDA*, de ahora en más la AC, que en su haber personal lleva varias décadas de militancia, dentro y fuera de Brasil, en el exilio de los setenta/ochenta, y *Fernanda Carvalho*, socióloga del IBASE y miembro del equipo de la AC.

De todo esto resultó una larga *conversación*, entre muchos interlocutores, que aquí va representada por los tres nombrados, pero que comenzó en algún punto de 1993, cuando, en uno de mis entonces frecuentes viajes a Brasil, leí en un diario de Sao Paulo una noticia acerca de la "Campanha do Betinho". La campaña estaba en un momento de apogeo, todo el mundo hablaba de ella, la mayor parte de mis conocidos estaba, al menos, discutiendo si tenía sentido hacer algo dentro de una nueva estructura... Recuerdo mi percepción de que, al interior de cierto sector intelectual relativamente "progresista", le costaba bancar semejante protagonismo de un ex-militante católico, ahora enfermo de SIDA, como miembro de una familia de hemofílicos infectados por transfusión sanguínea. Una posibilidad de discriminación extra: ser portador de una enfermedad que castiga socialmente con esa mezcla paradójica de pánico e indiferencia, siendo a la vez portador de una trayectoria incuestionable de compromiso social. Betinho aparecía ahora, al ser asociado con la fuerza explosiva de la campaña, como un referente insoslayable para la discusión de cualquier tema.

Hasta para cambiar el modelo de auto... decían (muertos de envidia ?) algunos, hay que consultarlo a Betinho. El oráculo. En Brasil, en mi modo de ver de brasileña voluntaria y recurrentemente desterrada, todo se transforma demasiado rápido: la sociedad que se yergue y se demorona, los partidos políticos que se re-definen permanentemente, creo que ése es el sistema menos bipartidista que conozco, las modas fulminantes, el éxito repentino, los chistes que brotan a los quince minutos de ocurrida la tragedia que los generó, y, quizás, la riqueza económica que crece sólo más lentamente que la pobreza que se duplica incesantemente, a mayor velocidad aún, aunque la ecuación no cierre. Nada cierra en Brasil. Todo es una sorpresa que sólo el caos (determinista?) puede explicar.

De ahí que no es extraño que sirva como metáfora para otros, con cierta distancia.

Finalmente, qué otra cosa somos los otros, latinoamericanos al fin, que primates que prometen mucho y cumplen poco, anclados en los cuentos de nuestra historia tan joven, nuestra matriz multiétnica y cuantas excusas más... Qué hacer, entonces ? En ese momento, no tuve imaginación. No pude generar otro cuento más interesante que el de creer que era, yo misma, la persona "certa", no lugar "errado"... Como todo pasa, hoy estoy en otro cuento. Hoy creo que soy suficientemente piola para generar otra historia : formar un enorme collar de piedras todas distintas entre ellas, enhebradas en un hilo muy fuerte que es el de la responsabilidad que yo tengo de lo que está pasando afuera, y a partir de ahí tejer una red de personas, grupos, instituciones, que generen actividades que construyan un nuevo cuento acerca de la identidad nacional perdida. Si la tenemos, bien. Si no tenemos, bien. Si está floja, bárbaro. Aprovechemos la inspiración para inventar algo nuevo, que nos involucre de una manera más responsable, que nos haga hacernos cargo del cacho de miseria que nos toca personalmente en este país. Tomemos la oportunidad de este 25 de mayo que se acerca o del 9 de julio próximo, según el gusto, y... reinventemos la Patria !

2. Diálogo electrónico entre Herbert de Souza y Heloísa Primavera

En el mes de marzo último, gracias al correo electrónico, empezamos a planear un encuentro y algunas de las respuestas que conducirían luego a la ampliación que sigue a este primer encuentro, en la entrevista a Fernanda Carvalho. Nos interesaba la campaña en tanto proceso de construcción de la ciudadanía. A diferencia de muchos movimientos que emergen de otros, la *Acción de la Ciudadanía*, empujada por el *Movimiento por la ética en la política*, lo trascendió de modo insospechado para sus mismos organizadores. Entra en su cuarto año de funcionamiento y hoy día ya hay quienes se olvidaron la indignación, primero, y la euforia, luego, de los tiempos del impeachment que alejó del gobierno al Presidente Fernando Collor. Lo que sigue reproduce ese primer diálogo a distancia.

H : Cómo podría resumir hoy la historia de la AC ? Es posible pensar una periodización que la vincule con cierto marcos "políticos" sensu strictu o con alianzas con otros sectores de la sociedad organizada ?

B : La Acción de la Ciudadanía contra la miseria y por la vida, entra ahora en nueva etapa. Si en un primer momento hablamos del mayor problema, de los emergenciales, que es el del hambre, enseguida empezamos a hablar de los estructurales, como son el desempleo y la distribución de la tierra. Son problemas interrelacionados. En la ciudad, las deficiencias se ven en la organización del espacio, las condiciones de vida se han vuelto pésimas.

Es cierto que muchas veces el origen del problema social urbano viene del éxodo rural, pero éste de donde viene ? De una situación de sin salida en el medio rural. Este año la AC se propuso movilizar a los *jóvenes* - que se comprometieron más claramente en la campaña hacia final del año - y la *tercera edad*. El esquema de trabajo permanece igual, basado en las acciones de los comités en todo el país. Esta es una *campaña totalmente descentralizada* de búsqueda de soluciones para los problemas de la comunidad. La respuesta, en nuestro entender, viene siendo altamente positiva.

H : Cómo han influenciado a lo largo de la campaña los propios resultados ? Qué papel tuvieron los medios masivos de comunicación ? Fue sostenido o esporádico ?

B : La campaña no pretende subsanar los problemas de Brasil. Simplemente muestra al brasileño que es posible *rescatar el derecho de ser ciudadano*. Es espantoso cómo permanecemos fríos frente al cuadro de indigencia de millones de brasileños... El hambre representa la exclusión de todo : de la ciudadanía, del empleo, de la participación social. Los últimos sucesos en el campo financiero - la inminencia de quiebra de varios bancos que debieron ser "socorridos" por el gobierno - dejaron a la clase bancaria en una situación muy delicada. El desempleo se ha vuelto un desastre nacional. Es en este sentido que creo fundamental el trabajo de los comités. Ellos están más próximos del ciudadano que el Estado en muchos casos e quizás por éso encontramos mejores mecanismos para solucionar problemas, especialmente en el área social. Por otro lado, los medios de comunicación masiva fueron y siguen siendo fundamentales en el desarrollo de la campaña. No la podemos pensar hoy sin este

componente.

H : Cuáles fueron las estrategias más utilizadas para promover el crecimiento de la AC ? Cómo fue manejada internamente ? Cuál fue el grupo propulsor ? Qué elementos comunes compartían los integrantes ? Qué disidencias más fuertes había entre ellos ?

B : Cuando empezaron los primeros movimientos hacia la campaña, nadie esperaba que fuera capaz de crecer con tanta fuerza, de desarrollarse tan rápidamente, de tocar a tantas y tan distintas personas, de llenar salas inmensas y desparramarse por todos los rincones del país. Hoy vemos que ya está instalada *una fuerza de cambio en el aire*. Se trata de un movimiento muy poderoso tejiendo la novedad a través de miles de gestos de encuentro, distintos entre sí. Diría que estamos descubriendo que hay hambre de humanidad entre nosotros... Por suerte, aun somos un pueblo que es capaz de *sentir, de cambiar y de impedir que se consume un desastre: el suicidio social de Brasil...*

H : Cómo fueron las respuestas de los distintos sectores organizados de la sociedad, de las organizaciones no gubernamentales, pero también de las distintas agencias de gobierno ? Cómo ha variado esa respuesta a lo largo de esos cuatro años de trabajo ?

B : Existen las personas que creen que el rol del ciudadano es sólo votar cada cuatro años, pagar los impuestos al día, leer los diarios e hipotecar todas las esperanzas en los que fueron elegidos para gobernar. Pero también existen las que creen en una concepción más amplia de la democracia, que cree que al lado de los derechos ciudadanos, están los deberes ciudadanos. Así nació la Acción de la Ciudadanía, el movimiento Viva Rio y tantos otros. No es el Estado quien funda la sociedad civil, sino el ejercicio de la ciudadanía el que funda el estado democrático. En este sentido, hubo muchas respuestas muy variadas y todos los objetivos han sido públicos y legítimos en cada caso. Fue un fenómeno muy interesante desde el punto de vista de la diversidad.

H : Hubo alguna forma particular de encarar la relación con los partidos políticos en las distintas etapas y en los distintos sectores del gobierno (barrio, municipio, estados provinciales y estado nacional) ?

B : Entendemos que la ciudadanía tiene todos los derechos deberes de participar en la construcción de una sociedad basada en los cinco principios de : libertad, igualdad, diversidad, solidaridad y participación. *Ésta es la nueva política, que tratamos de practicar diariamente*. No queremos ejecutar las tareas que son propias de los gobernantes, mas debemos apoyar, criticar, sugerir y ejercer soberanamente nuestros derechos.

H : Cómo se posiciona la AC en relación con las nuevas tecnologías de comunicación ? Qué experiencias han tenido con algunas de ellas ?

B : Creemos absolutamente en la democratización de la información. Más aún, creemos que no podemos prescindir de las nuevas tecnología. Así, mucho antes de la campaña, surgió el Alternex en el IBASE, que hoy es uno de los proveedores de Internet en Brasil. Entendemos que Internet representa - potencialmente - una mayor posibilidad de democracia... Todos pueden tener acceso a la información. Alternex ofrece, para distintos usuarios, conferencias e informaciones muy variadas, muy interesantes, que han incrementado sus posibilidades, no sólo de comunicación, pero, en decorrencia de ésta, de vivir mejor, de aprovechar mejor los recursos disponibles a los que las personas tienen acceso. Por supuesto, queda mucho por hacer. Eso está recién empezando. Tantas cosas recién empiezan... Hay mucho por hacer !

3. Entrevista a Fernanda Carvalho, socióloga del IBASE y miembro de la articulación nacional de la Acción de la Ciudadanía.

H : El objetivo de esta entrevista, además de los temas que ya fueron abordados con Betinho via e.mail la semana pasada, a partir de mis preguntas, es hacer un relevamiento de las principales corrientes de acción llevadas a cabo por la AC (Acción de la Ciudadanía), que pudieran servirnos a nosotros - argentinos, en general, y militantes de la construcción de la ciudadanía, en particular. No vice-versa. Y sé porqué lo digo. Cuento con que lo que salga de estas reflexiones y su posterior difusión les sirva a ustedes, al menos como eco de que lo que están haciendo aquí llega a otros lados, inspira a otros horizontes, y, quien sabe, nos conduce a una "aparcería" nueva, *nuestra respuesta ciudadana al Mercosur de los poderes económicos... Somos muchos los que percibimos un cierto olor a cambio en el aire allá del otro lado del Plata*. Me gustaría, entonces, que habláramos de la Campaña, desde su historia ¿Cómo se decidieron a lanzar algo a nivel nacional, con el esfuerzo que éso significa ? ¿Cómo pensaron algo tan complejo como la multiplicación de acciones a lo largo de este país tan grande, con sus peculiaridades y su diversidad. ?

F : En realidad, la campaña no empezó como campaña, sino como un movimiento de intelectuales, investigadores, algunas personalidades, artistas, etc. que poco a poco se configuró como el Movimiento por la Ética en la Política, como respuesta a lo que se descubría en términos de corrupcao en el gobierno Collor. O sea, parecía absolutamente necesario hacer algo con éso : no se sabía qué, desde luego, se sabía que algo había que hacer. Había mucha, pero mucha indignación. Mucha impotencia, no se sabía por dónde empezar, pero se sabía que algo había que hacer. Pensá que todo éso ocurrió mucho tiempo antes del impeachment, en tiempos políticos, meses son siglos.

Lo que después pasó era absolutamente impensable, entonces. En otras palabras, la AC tiene como antecedente inmediato el Movimiento por la Ética en la Política, la movilización por el impeachment, de la que participaron muchas ONGs, partidos políticos, un grupo muy amplio de personalidades, liderazgos de distintos sectores sociales, algo bastante difuso y generalizado. Se hizo un Foro de Cultura en la Universidad de Rio de Janeiro, con personas que queriam profundizar la investigación de las denuncias de corrupción del gobierno Collor, pero en realidad la discusión era también de la forma como la corrupción estaba instalada en la sociedad, a punto de que lo que se trataba de encontrar era donde NO había corrupción. En este sentido había una sensación de que la complicidad, la indiferencia estaban instaladas en la sociedad, sin que nada pudiera ser hecho. En otras palabras, se comenzó a pensar que la falta de ética en la política ocurría, no porque el gobierno era corrupto, sino porque la sociedad lo permitía, porque la tolerancia permeaba el tejido social, a través de las "desviaciones" aceptadas como "no-corrupción". Así fue como, aun creyendo que no había condiciones que no había condiciones para hacer un movimiento por la ética en la política, puesto que los valores sociales no lo sostenían, había apatía, desgano, descrédito en las personas, pareció que , por éso mismo, ese movimiento era más que necesario... La idea era, así, hacer un cuestionamiento ético de la política.

La sorpresa fue, entonces, el grado de adhesión que empezó a aparecer : se pensó que si éso era así, era porque había una gran represión a la bronca por los hechos denunciados durante el comienzo del proceso que llevó al impeachment. Empezaron a paracer movimientos aislados, a lo largo del país.

Y pasó algo curioso : cuando Collor le pidió a la gente que salga vestida de blanco para demostrar su apoyo a las instituciones democráticas, lo que pasó fue que la gente salió vestida de negro y con la cara pintada. Son los "cara pintadas" brasileños, bastante distintos de los argentinos... La magnitud de las manifestaciones fue tal, que apareció lo que estaba reprimido : fue mucha gente la que salió a la calle. Y la posibilidad del impeachment, que parecía una utopía absoluta, empezó a vislumbrarse como viable. Al comienzo, la gente ni sabía qué quería decir la palabra "impeachment", la tenía que buscar en el diccionario... Entonces, el Movimiento por la Ética en la Política empezó a presionar en la dirección del impeachment, hasta que pasó lo que todos ya sabemos : el presidente de la República fue hechado de su cargo, hecho inédito en las democracias latinoamericanas ! Por supuesto, no quiero significar que ese grupo tan heterogéneo haya sido la causa del impeachment, pero sí, que a partir de algo pensado como utopía se llegó a un resultado que luego potenció y dio pie

a la formación de la campaña...

H: Volvamos un poco atrás y veamos qué tipo de ONGs estuvo en la base del Movimiento por la Ética en la Política, para pasar luego a la campaña propiamente dicha...

F : Estuvieron el IBASE; la CNBB, FASE, CUT, ...(cinco) La incertidumbre era total, era medio sin esperanza, pero hecho con firmeza. Así que, luego del impeachment, el movimiento ya era un "polo" organizado y la pregunta que se hacía hacia adentro era : "Y ahora, qué ? Ya está. Todo listo ?" Y por supuesto, la respuesta era NO, pero tampoco se supo de inmediato qué hacer con aquella energía... Se pensó entonces buscar una acción que aprovecharse el estado de movilización de la sociedad, una acción de largo plazo, porque los valores están ahí, no cambian en dos - tres meses de agitación y euforia política ! Pareció que era importante seguir - porque el cambio de valores es siempre un proceso muy lento - y luego, seguir sobre algo concreto, como había sido echar al presidente en su momento. Lo abstracto no podía ser convocante. Lo que entonces surgió como mayor urgencia, el gran problema de Brasil que aparece como consecuencia de la falta de ética en la política es la pobreza, evidentemente. Por otro lado, abordar la pobreza desde la perspectiva de sensibilizar a las personas con algo que ve todos los días, porque la pobreza en Brasil se ve tanto que ya no se ve... Nadia va a salir a la calle para pelearse contra la pobreza...

Hay muchos problemas en trabajar por la pobreza : primero, es un problema demasiado grande, la gente se asusta con la magnitud del problema y se vuelve a cuarteles... el problema es tan grande que mejor ni empezar, porque para empezar a hacer algo que no tenga resultados, para qué? *Mejor, no hacer nada. ..*

Por otro lado, el crecimiento de la pobreza fue sostenido y muy lento. Hoy sabemos que la cuestión de la pobreza que los pobres miserables son los que más han crecido. Pero, la gente se fue acostumbrando : ves tranquilamente gente durmiendo en las calles y eso ya no y impresiona a nadie... La gente a veces pasa por encima, literalmente... haciendo de cuenta que no está o que eso no es un problema de ella, sino del... gobierno ! El gobierno es el gran responsable. Entonces, es difícil transformar esa situación en problema. O sea, por un lado el tema nos parecía urgente, pero peligroso en esos ribetes. Pero como sentíamos que las personas estaban individualmente fortalecidas por los resultados de la campaña por el impeachment, nos pareció que si ellas habían entrado a un movimiento por los valores, esos mismos valores estaban siendo amenazados por la situación social vigente, por ese nivel de pobreza. Además, qué sentido tendría defender un movimiento por la ética que cesara al primer logro ? Al final, era por los valores o en contra de Collor ? Parecía entonces que las condiciones estaban dadas para relacionar valores democráticos y pobreza : ahí aparece el nombre de la campaña como Acción de la Ciudadanía contra la miseria y el hambre por la vida. Al comienzo, se confundió con el movimiento anti-aborto, pero Betinho insistió en la parte positiva del nombre, para no quedarse sólo en el contra, con lo cual el nombre permaneció así. Nos parecieron, entonces como ejes centrales los siguientes :

1. *denunciar la magnitud del problema del hambre;*

2. *llamar a las personas a hacer algo individualmente por las personas que tienen hambre, organizadas como quisieran; no quedarse en la denuncia y no esperar las acciones del gobierno, hacer algo y ya. No dejar de exigir acciones del gobierno, pero no esperar por ellas...*

Por otro lado, también sabemos que el gobierno no tiene estructura ni recursos para hacer algo inmediato para erradicar la pobreza ya, por eso nos parecía importante atacar el problema de la pobreza como tal : muchas acciones el gobierno no hace porque no quiere, pero muchas otras porque no puede, no tiene cómo, no tiene eficiencia, etc. Las ideas eran, entonces, apuntar a : concientizar a las personas del la *magnitud* del problema y mostrarles que tienen *poder* para hacer algo.

Se trataba de convencer a las personas de que la pobreza no es un fenómeno natural, que las personas nacen pobres y mueren pobres porque está escrito en algún lugar que será así, porque alguna razón más sofisticada lo justifica, sino que es un problema social, es decir, de todos, discutir

qué pasa para que un país con esa extensión no produzca comida para su gente...

Lo que estaba en juego era, pues, la *responsabilidad* en los distintos niveles, no sólo del gobierno, sino también la de la sociedad : si alguien golpea tu puerta porque tiene hambre, cómo hacés VOS para no darle un plato de comida ? La vas a alimentar ? No la vas a alimentar ? Te vas a sentir mal y pensar que es problema del gobierno ? O de quien ?

Cada vez que vemos a un pobre, pasa algo muy fuerte : nos aparece inmediatamente una razón que justifica nuestra inacción, un culpable (otro) de que éso esté ocurriendo. En la medida en que las personas que se ven capaces de hacer cosas por esas situaciones emergenciales, ellas aprenden a hacer cosas nuevas, a inventar soluciones. Esa fue nuestra experiencia a lo largo de la campaña. También de que las personas, en la medida en que empiezan a hacer, empiezan a exigir : como si desde la responsabilidad de la acción fuese más normal exigir del otro. Entonces, en la campaña pensamos que era importante trabajar lo inmediato, lo emergencial, para que la gente coma, sobreviva, y lo estructural, de mediano plazo, como exigencia de acciones de los gobiernos. Es decir, la campaña nunca estuvo pensada sólo como algo emergencial, sino partir de él e ir creando nuevas formas de articulación de los mismos sectores afectados. Cada uno reclama lo que le toca reclamar, desde su lugar, como forma de construcción de la ciudadanía. Por supuesto, hay cuestiones que sólo se resuelven en el largo plazo, no se resuelven en el corto plazo, con medidas emergenciales, por eso las acciones de la campaña quisieron significar una manera de atacar la emergencia para aprender a actuar responsablemente para exigir que el gobierno haga su parte. Son aprendizajes complementarios, que dan respuestas diferentes, todas necesarias. Entendemos que es muy importante que la población deje de ser quejosa y aprenda a hacer presión de una manera más realista, más eficiente, aunque éso pueda querer decir muchas cosas...

H: En síntesis, podemos decir que la campaña trabaja simultáneamente lo coyuntural Y lo estructural ?

F : Exactamente. Esa es nuestra forma de trabajo, evocar responsabilidades diferentes. Por ejemplo, nunca le decimos a la gente lo que tiene que hacer; y vos sabés que la tentación es muy grande, de ambos lados, del que no tiene algo y te viene a pedir, como del que cree que sabe cómo el otro podría llegar y decirle, darle "recetas"... Y no. No lo hacemos. Betinho no es el jefe de la campaña, es el articulador a nivel nacional. Lo que hacemos con la gente es discutir juntos, organizar los datos, comparar con experiencias de otros, de modo de promover la iniciativa de las personas/grupos y no de ofrecerles soluciones. No creemos en eso. Los escuchamos, les hacemos preguntas, les devolvemos sus propias preguntas, y buscamos nuevos (o viejos) modos de que la gente se cargo de sus iniciativas. En qué medida cada uno se va a hacer cargo de la parte de la sociedad que le toca y cómo. Cuáles son tus miserables, sin darle más vueltas. Vos los vas a buscar, los vas a encontrar y elegir cómo te vas a hacer cargo de esa parte de la sociedad. Vos sos responsable, vos le vas a dar un nombre a tu porción de sociedad para ejercer la responsabilidad. No le vas a rendir cuentas a nadie porque vos sos el responsable de ese cacho de mundo que elegiste. Nadie tiene que pedir permiso, nadie tiene que pedirle instrucciones a nadie. Nadie te tiene que decir lo que tenés que hacer. Es tu responsabilidad. Esta es la estrategia general de la campaña : no enseñamos nada a nadie, sólo articulamos.

H: Cómo les resulta a ustedes, de la articulación, tal empresa ?

F : Difícil, hay que inventar todo el tiempo. No es la tendencia "natural" de ninguna de las partes : la de algunas es pedir siempre, así como la de otros, dar siempre, indiscriminadamente, a veces cualquier cosa, para no sentirse (tan) culpable... Diría que es medio a contrapelo para todos. También para nosotros, principalmente al comienzo. Ahora ya estamos más acostumbrados...

H : Y la gente, como reacciona, con la frustración de que la iban a "ayudar" y no encontrando "respuesta" a sus necesidades ?

F : A veces éso pasa hasta con la gente que viene a hacer su "registro" en la campaña, viene a buscar su carnet, su identificación como miembro de la campaña... Y no hay tal cosa : les decimos "Vos sos tu identificación; tu historia lo es, tu decisión, tu voluntad!... Vas a pedir desde tu realidad, como te salga, con tu posibilidad y tu responsabilidad de convencer a la gente." El secretariado es completamente descentralizado porque no hay "directivas" que dar, no hay línea que bajar, sólo

comunicación a pasar. Aquí en Rio somos cuatro personas las que trabajamos en la campaña : Betinho, yo y Moema, más Rozi, la secretaria y una pasante que está a tiempo parcial. No sería posible hacerse cargo de una secretaria tradicional, a nivel de un país con esas dimensiones, si hubiese tareas convencionales de secretaria...

El secretariado nacional tiene como finalidad principal hacer circular la información acerca de lo que está ocurriendo en cada lugar para que eso sirva como ejemplo, por un lado, y por otro para que la gente sienta que no está sola, que es parte de un gran conjunto de muy desparrramado por todo el país, que hay mucha gente que cree en esa manera de construir la ciudadanía...

H : Pensando en historia, pienso en la historia de la campaña : cómo podrías hacer una periodización de lo ocurrido, en el cuarto año de la campaña ? Qué hechos o eventos fueron importantes, en tu entender, para sostener el proceso durante ese tiempo ?

F: No hay duda que un tema fundamental fue *la indignación* que la gente sintió durante la campaña pro-impeachment. Esa indignación fue un caldo de cultivo muy fuerte para la puesta en marcha de la campaña... Cuando el impeachment se logró, la gente se sintió poderosa, por una vez, algo que parecía imposible, no lo fue porque la gente se mantuvo firme y apoyó seguramente a las propias fuerzas políticas que no tenían unanimidad en su accionar ! Muchos políticos, gobernadores, tardaron varios meses en apoyar el movimiento, con la justificación del riesgo de desestabilización del sistema ! Todo lo nuevo, asusta... y más en un terreno de tanta envergadura. O sea, las personas empezaron a creer que es posible hacer una diferencia, aun cuando todo indica lo contrario, aunque la tendencia o la historia digan lo opuesto...

Si la indignación fue el motor de la campaña pro-impeachment, también nos pareció importante reconvertir esa energía "contra" algo/alguien, "en favor" de otra cosa. Y buscar esa otra cosa no fue fácil, no salió sólo... O sea, para nosotros, la indignación no bastaba. Se había transformado en euforia y ahora era necesario encontrar un lugar de destino para esa energía. Fue necesario encontrar una tarea concreta para canalizar la energía de esa movilización. Y por otro lado, enfatizar el valor del trabajo individual, del trabajo unitario, aunque hecho fuera de organizaciones y grupos. De ninguna manera se trataba de subestimar las organizaciones pre-existentes, sino de mostrar que el trabajo de cada uno vale; si organizado, porque produce mejores resultados, mejor. Y además, si querés juntarte con otros, podés hacerlo como mejor te parezca, no hay porque aprovechar estructuras pre-existentes, ésta puede ser una oportunidad de innovar para crecer, para hacer cosas nuevas con nuevas personas, para descubrir nuevos socios (parceiros) para la vida. Si bien puede resultar redundante, me parece importante recalcar que la potencialización de la acción colectiva es por un lado, inevitable, y por otro necesaria para el crecimiento de cualquier movimiento o acción sostenida en el tiempo. Si los problemas son de gran magnitud y complejidad, los pequeños impactos no se ven y la gente siente que está vaciando el océano en un agujerito en la arena...

Organizarse viene bien para eso : para que la gente se sienta más poderosa, capaz de cambiar las cosas como están.

H: A cuáles definirías como los ejes más importantes de la campaña ?

F : Diría que son la *descentralización*, la *iniciativa* y la *asociación con otros*.

H : Lo que llamás "asociación con otros" son las "parcerías" ? ¿ Cómo las que se dan en la composición musical ? Por ejemplo : Garota de Ipanema tiene Música de Antonio Carlos Jobim y Letra de Vinicius de Moraes...? Nadie piensa que la canción es de uno u otro...

F: Sí, claro. En Portugués es muy claro, está la palabra "parceiro" que no tiene mucho que ver con socio, al menos en su connotación de interés comercial. Para aclarar el tema de la participación, debemos reconocer que en la Acción de la Ciudadanía nadie es jefe de nadie : cada grupo o comité decide qué es lo que va a hacer, para quién, cómo, etc.

Eso es algo raro, *muy raro en serio*, diría; un movimiento sin jefe es algo muy contrario a nuestra tradición cultural. Las personas no lo pueden creer, en general vienen aquí, a la sede del IBASE buscando tarjetas, carnets y somos muy claros en explicar que aquí la identidad es la de cada persona y la autoridad emana de sus acciones. Es fundamental diferenciar liderazgo de jefatura.. Nadie va a negar que Betinho tiene un claro liderazgo en la campaña, pero no es jefe, no da órdenes, instrucciones; simplemente articula ! por supuesto la gente le pregunta, pero no dice, él devuelve las preguntas y los pedidos y los estimula a desarrollar su propia iniciativa y creatividad. Por ejemplo, cuando vienen con propuestas para que hagamos, él insiste : "Fantástico! Bárbaro! pero son ustedes los que tienen que hacer, porque son uds. los que saben como hacer!" Al tiempo, vuelven sorprendidas de lo que pudieron, efectivamente, hacer. Ven que pensaban que tenía sólo la idea, pero verifican que tenían el "poder" de hacerlo porque lo lograron... En este sentido, Betinho es absolutamente inflexible. El tema de la iniciativa es, entonces, fundamental porque la gente siente como propio lo que es de su interés. Finalmente, la cuestión de la "parcería" -asociación con otro (grupo, institución o persona)- es fundamental para lograr una acción sostenida porque de mayor impacto y de mayores recursos entre varios que aportan cosas diferentes. Se trata de un mecanismo que revela potencialidades "ocultas", la gente descubre que es capaz de hacer muchas cosas que no creía capaz de hacer.

La "parcería" alimenta, así, curiosamente, la iniciativa de las mismas personas. Por supuesto, lo que hay que evitar es la burocratización de la asociación, que es lo que suele frenar las acciones. Nosotros hemos visto prosperar a lo largo de la campaña cualquier cantidad de asociaciones nuevas, entre funcionarios de un banco u organismo estatal, universidades, sociedades de fomento y personas aisladas.

H. Hay varias cosas muy fuertes. Problema de idiosincrasia, quizás. Pero mi ser argentino no alcanza a entender que sea posible un movimiento donde no hay jefes... Lo digo, lo pienso, de veras, lo siento, pero no logro desarrollarlo, ni siquiera entre mis discípulos más cercanos, para ponerles un nombre... A veces lo logran conmigo, pero no, de entrada, entre ellos. Este es un tema. El otro es el de contarse historias : justificar, con teorías bellísimas, sofisticadísimas, lo que no se hace porque... (y ahí la teoría cuántica de las ciencias sociales...). El lema del hacer es una especie de tabú, muy complicado entre los intelectuales. Tal vez debiera decir : muy duramente vilipendiado, tildado de voluntarismo o pragmatismo acrítico. Me pregunto siempre ¿ Cómo cambiarlo por posición de responsabilidad ? Esta es la otra parte "dura" de lo que estás diciendo : *hacer es fundamental*. De pensar, ya sabemos. Podríamos decir que en la campaña hay dos lemas o un lema bipartido : *hacer sólo lo que podés. Lo que no podés hacer sólo, hacélo con otros...* ? Eso arrastraría a una invitación terrible... temible.

F: Sí, me parece que te entiendo y que ésa es la idea... Y es en este sentido que, normalmente, se puede tomar la posibilidad de asociación (parcería) con los gobiernos locales, por ejemplo, como una posibilidad y no como una trahición... Muchas veces las secretarías de estado, de provincias o municipio, están abiertas a hacer cosas con la gente. Más aún, *no pueden prescindir de la gente*, porque los recursos no alcanzan, nunca alcanzan. Es cierto que hay mucho perjuicio en este sentido. De ambas partes. Por eso, es necesaria mucha creatividad e imaginación para pensar nuevas estrategias de acción, con gobiernos locales, por ejemplo.

H : ¿En vez de pensarlos como enemigos... ?

F : Claro, es clarísimo después que se ve... Los funcionarios públicos no son empleados de "otros", son nuestros : son servidores públicos... Porqué tratarlos como "enemigos" ? No es fácil trabajar éso en la práctica. Hay una inversión de roles ahí. Otro ejemplo de parcerías que fueron apareciendo en la campaña fueron las parcerías entre religiones : religiones que no se hablaban entre ellas, que se desconocían y rechazaban, por principio, empezaron a articularse para hacer acciones conjuntas. El Fondo Interreligioso es resultado de este proceso. Otras "parcerías" frecuentes son las que se dan al interior de empresas : grupos de empleados se articulan con un grupo comunitario para armar una guardería o un comedor.

H : Cómo se enteran la gente de lo que está pasando ? Cómo se enteran de que lo que está haciendo está "bien", es conocido, o si hay experiencias mejores para emularlas ?

F : Esto es muy importante : existe un periódico del IBASE que es difusor de lo que está pasando, para que las personas sepan qué está pasando en otros lugares y como se están resolviendo problemas similares a los suyos... El diario circula por todo Brasil, pero la comunicación informal, el boca a boca, también es muy fuerte y muy activo : así también se inscriben los comités para recibir el periódico, uno le dice al otro, éste se inscribe y empieza a enterarse y eventualmente a comunicar sus preocupaciones y resultados. No hay envíos individuales, ya va colectivizado a los comités, que luego los distribuyen. La idea es volcar ahí principalmente todo lo que pueda ser multiplicado en otros contextos y que, además, de idea del tamaño, de la magnitud y el crecimiento del proceso. Porqué, al fin y al cabo, hay que reconocer que no sabemos **todo** lo que está pasando ! No es posible que nos enteremos de todo lo que está pasando. Para nosotros, la campaña es incomensurable ! Son las personas ? Son los resultados que se ven ? Es más que eso ? Es un sentido de pertenencia ? Qué es, al fin, la campaña ???? De todos modos hemos aceptado siempre que **comunicar es parte fundamental de la campaña**: la información sólo es centralizada en IBASE y luego vuelta a difundir, globalizada, totalizada. También centralizamos aquí, fotos, videos, materiales de experiencias de algunos comités que creen que es importante que el material esté disponible para consulta de otros. Evidentemente, ésta es una limitación que tenemos, no se puede publicar **todo**... El otro aspecto importante de la campaña, vinculado a la comunicación, es la relación con los medios : aquí no hubiese habido campaña sin el apoyo de los medios masivos de comunicación. Tanto como eso.

H : Esta charla me da, por momentos, una impresión extraña: de que todo eso es *muy obvio y muy conocido*... De que no hay nada nuevo aquí. Lo he visto, dicho y escrito, tantas veces, en tantos lugares, por tantas personas, incluso por mi misma, en el aula... Dónde está lo nuevo, entonces ? Sospecho que, en todo caso, algo de lo que ha pasado - vicio nacional ? - es que, quizás, no se ha hecho nada después de las palabras... Nos hemos quedado en declaraciones. En realidad, yo misma he estado esperando, esperando, esperando... para empezar a hacer eso a nivel grande ! Con miedo de lo que pudiera pasar, si no era algo grande, si no teníamos a "nuestro" equivalente-Betinho, buscando la mejor forma de escaparle a nuestra tradición divisionista (hablo como argentina); dudando de que ella fuera más fuerte que nuestra vocación de solidaridad... Estuve esperando que la salud mejorara, que las condiciones de acumulación fueran mejores... Sin embargo, algo que me dijiste al comienzo de esta entrevista me llamó poderosamente la atención y me quedó repiqueteando allá adentro: "Precisamente porque parece imposible, hay que hacerlo!" Casi no escuché lo que vino después... Menos mal que está guardado en la cinta.

F : Lo curioso es que eso tampoco es nuevo, para nosotros. O sea, eso mismo nos pasó a nosotros.. no te preocupes! Me parece importante decírtelo...

H : Quizás sea siempre así : sólo podemos ver lo nuevo en nosotros cuando nos ubicamos afuera ? ¿ Sólo vemos de una manera nueva, cuando nos ponemos en una nueva posición (nueva interpretación) para mirar lo mismo ? Y entonces, qué es lo nuevo hoy ? La vida social, el hambre, el desempleo ? O mi interpretación acerca de lo que está pasando ? Pero, volvamos a los aspectos de la campaña que estábamos viendo, que me interesa conocer cómo se ha manejado el tema de la información para que circulara entre los participantes. Cómo han instrumentado este aspecto ?

F : En realidad, desde un primer momento nos propusimos servir como una caja de resonancia, a la cual llegara la información de lo que se estaba haciendo en cada lugar, las invenciones, innovaciones, cómo problemas similares eran enfrentados por otras personas, con otros precursos, materiales y humanos. O sea, la comunicación, el traslado de información es central, por muchas razones. En este sentido, también, es que el apoyo de los medios es fundamental, porque las personas se enteran que Betinho va a estar en cierto lugar y entonces van a los lugares, a verlo, a hacer preguntas, se mueven porque se enteran de lo que está pasando. Lo importante es que nunca se violan los principios de iniciativa y de respeto por la iniciativa del otro, sino que lo que se hace es articular unos a otros, de tal modo que las experiencias fluyan, se potencien y se dupliquen. Como te dije antes, sabemos que no es posible medir la campaña, tener idea de todo lo que se está haciendo, porque hay muchas iniciativas aisladas y el sentido de la campaña es precisamente éste :

que no haya nada que sirva como excusa para explicar porque no lo estoy haciendo aun ! Todas las veces que vamos a algun lugar nos enteramos de que hay algo más ! *Algo que no conocíamos : éso es lo fantástico de un movimiento sin jefe !*

Todos se sienten dueños y por éso responsables ! El placer con el que la gente muestra sus resultados, es realmente increíble ! Por éso es fantástico : ya no nos preocupa que llegue **toda** la información ! Cosa que no pasaba al principio... cuando no conocíamos el valor de la movilización y de la comprensión del fondo de la propuesta : descentralización, respeto a la iniciativa y articulación son, pues, las palabras clave. Después la comunicación para crecer y potencializar las iniciativas. Eso es todo. Conocemos que hay muchas experiencias que no está catastradas, pero que empezaron con iniciativas de comités, qué importa ? No es necesario "poner el sello" de la campaña. Si está, bien, para que ayude a la gente a colocar bajo el mismo denominador de construcción práctica de la ciudadanía, de responsabilidad por el otro. Pero lo fundamental, no lo perdemos de vista, es la gente, no la campaña ! A veces, se trata, en algunos casos, sólo de una re-significación de las mismas actividades, de ponerle otro nombre a lo que la gente ya está haciendo... Y tiene todo el respeto de querer incorporarse o no : si le sirve, bien. Sino, no importa porque lo que vale son los resultados sumados... No puede haber miedo a que alguien "capitalice" los resultados del movimiento : el movimiento no es de nadie ! es de / para las personas : para que algunas se vuelvan ciudadanas responsables de otros, y para otras que tienen, gracias a las iniciativas de aquellas, la primera oportunidad en su vida de tener un empleo, por ejemplo. Algunas veces, un comité se forma para dar respuesta a una situación específica, la misma se resuelve y luego el comité se desarma o se re-configura para otro propósito, con otras personas y algunos de los integrantes se van a otro comité... Hay tantas posibilidades que se han podido observar... Es un movimiento muy vivo, muy..

H :... caleidoscópico ?

F : Exactamente : caleidoscópico ! Por éso, no podemos saber todo lo que está pasando al mismo tiempo, porque es variable e imprevisible. También es por éso que, periódicamente, para que la gente tenga la sensación de que pertenece a un todo, mayor que éso que se ve, organizamos actos de gran impacto, como fueron las campañas de Navidad (Navidad sin hambre, de 1993,94 y 95). En 1993 les pedimos a todas las personas que pudieran, que mandaran una canasta básica para una familia, de modo tal que los donantes supieran que alguien iba a estar sin hambre gracias a él. Betinho fue a los medios, los comités se empezaron a organizar, de tal modo que en muchos lugares hubo Navidad compartida entre muchos. Así, en Rio hubo una gran cena en la calle para muchas personas y así fue como en 94 ya había esa expectativa y esa "marca" de la campaña. Nosotros no preparamos nada, surgió de las personas. No sé como será en otras partes, pero en Brasil, la gente es muy sensible a esa fecha y a partir del 93, este evento se transformó en "marca", pero no hay que confundirse, la cena de Navidad no es la campaña... sino que una vez por año recordamos que en Brasil existe un movimiento que está trabajando, desde las personas, para que no haya hambre en Brasil. O sea, una vez por año recordamos el movimiento, pero el trabajo de la campaña se hace a diario, por muchas personas de muchas maneras distintas. Aun sobre el evento de Navidad es importante rescatar el aspecto de "parcería" - asociaciones - es importante que se ha puesto en marcha para un macroevento de esas proporciones : tanto los supermercados como los diarios funcionan como lugares de concentración de la comida, o de difusión de los puestos donde se puede llevar la canasta, para que las personas sepan que la campaña está funcionando y qué hay que donar, dónde, etc.

En Rio, en 1995, hubo 6 diarios que asumieron la responsabilidad de difundir y promocionar la campaña de Navidad; en Sao Paulo, la Folha de Sao Paulo, diario que se distribuye a toda una provincia de más 25 millones de habitantes, asumió la responsabilidad de la campaña y tuvo la idea de incluir con las ediciones del diario una bolsa de supermercado, con el plato vacío, símbolo de la campaña en todo Brasil y una gorrita de Papá Noel, con direcciones de supermercados donde se podía llevar el aporte que se quisiera hacer. Eso evidentemente resultó un recordatorio muy fuerte y la gente cuando iba al supermercado ya dejaba allí su contribución. Pudimos contabilizar en el segundo año más de 1000 toneladas de comida : ésta fue distribuida a los comités y cada comité redistribuyó a las familias registradas en su área, para que no quedara una actividad desorganizada, con riesgos de duplicación por algunos y falta para otros. Se intentó distribuir a través de los

supermercados, pero como la mayor recaudación venía de Río, de la zona Sur y las familias carentes estaban en el Norte, se decidió repasar para los comités.

Se concentró todo lo recaudado en grandes almacenes prestados por el gobierno y luego redistribuyó a los comités. Se necesitó una increíble cantidad de mano de obra para armar las canastas con cantidades lógicas de cada cosa, para poner elementos equivalentes en cada una, y luego para distribuir y transportar lo recaudado y el trabajo voluntario de los comités que se organizaron con Combis, micros escolares, camiones de las municipalidades en algunos casos, para venir a buscar las canastas al centro. Había inmensas colas de auto para recoger las canastas para cada lugar. Algunas empresas hicieron donaciones en dinero y se organizó en la Bolsa de Cereales Río lo que llamamos "remates al revés", en el cual ganaba el vendedor que hacía la oferta más baja : se promocionó el tipo de elementos buscado y los oferentes concurrieron al evento, con la prensa, la tele, las figuras de prestigio, en fin una fiesta, y como resultado se compró exactamente tres veces más que lo que se habría comprado por el sistema normal. también hubo trueques : se cambian tantas bolsas de trigo por bolsas de porotos... En fin, funcionó la imaginación y el beneficio mutuo... La canasta tiene arroz, porotos, harina de mandioca, harina de trigo, maizena, aceite, azucar, sal; pero como la gente siempre agrega galletitas, leche condensada, etc. hacíamos una pila a parte y después distribuíamos un elemento a cada canasta como "regalito" especial... El último año se recaudaron 600 toneladas y nos vimos desbordados por la cantidad de familias registradas (70mil familias registradas sólo en Río), nos mareamos un poco con las cifras y nos descuidamos del sentido de difusión y promoción de la Campaña a nivel popular; de nuestra parte, les dimos más importancia a las donaciones empresarias, por creer que de allí vendrían mayores aportes y descuidamos el otro aspecto ! Nos equivocamos. Estábamos tan preocupados con la cantidad que queríamos recaudar que nos olvidamos de sensibilizar a la gente para que se involucrara... Nunca se termina de aprender...

Como no había suficientes puestos de recaudación, concentración, etc. terminamos pidiéndole a la gente que le entregara su caja directamente a una familia. Este fue típicamente un problema de organización. Así que este año lo vamos a hacer bien : ya hay un canal de televisión que está comprometido en la articulación de la campaña y con el apoyo de los medios todo se encamina mucho más fácilmente. Nosotros no vamos a formular ninguna propuesta, ya vimos que otros lo hacen mejor que nosotros de la articulación... aparecen enseguida lugares, soluciones insólitas.

H : A lo largo de los años de evolución de la campaña, cómo han podido mantener el interés de la gente en un país tan grande, tan difícil de articular ?

F : Evidentemente, todo fue más fácil al principio, por la euforia del impeachment, que fue como tomar el poder... Como todo lo que es novedad despierta más interés... Hoy te diría que nos hemos dado cuenta de que es necesario realizar acciones de impacto periódicamente, para que la gente sienta que es parte de algo más grande que su propio comité... Es importante reordar que no es agradable trabajar con la miseria, no es un paseo alegre, es duro, es agotador... entonces es necesario hacer cosas que trasciendan la inmediatez de las acciones cotidianas, a veces llenas de contradicciones, de titubeos, la sensación de desaliento, de impotencia renovada... No es un trabajo fácil. Hay que reconocerlo, sino estamos tapando la realidad y eso no le sirve a nadie.

Por eso son importantes los eventos de impacto : por ejemplo el próximo 29 de abril vamos a hacer un acto conmemorando el asesinato de los chicos de la calle de la Candelaria y eso va a ser muy convocante, seguramente. Tiene que ver con la miseria y los valores, no con el hambre solamente. O sea, la campaña es mucho más que luchar para disminuir el hambre de los que lo sufren. Es un estilo de vida, una opción ética, no una campaña para hacer un día. Es muy difícil emprender acciones sostenidas en este terreno. Lo que hemos visto en Río es que en el primer año, quizás hasta la mitad del segundo, el perfil de los comités era predominantemente de clase media y ahora es mucho más bajo : son los pobres ayudando a los miserables... Éste es un tema. En general, Betinho no va a las reuniones por su estado de salud, pero como sabemos que para la gente él es un referente importante, a veces viene a las reuniones y lo que hemos observado fue ese cambio tremendo en el perfil de la gente de los comités. Ese perfil de clase media que teníamos en los primeros tiempos, cambió totalmente : había gente de clase media, con mucamas, un poco de todo,

ahora no hay más éso: ahora están llegando sólo los pobres miserables, es decir, si bien pedimos a los comités que no venga más de una o dos personas de los comités por reunión, son carentes miserables, por ejemplo son personas que existe la municipalidad, el gobierno; no saben quiénes son los intendentes de sus lugares de origen. Es realmente muy impactante lo que está ocurriendo y6 la dificultad en esta situación se debe a cómo hacer las "parcerías", puesto que estas personas no tienen la menor idea de que es posible hacer "parcerías" y que existen alternativas de asociación, si no saben que existen autoridades. Así es que en este momento estamos impulsando desde el Comité de Rio modos de impulsar las asociaciones, como por ejemplo Universidad-Empresa, que en esta situación son mucho más críticas. Las últimas reuniones en las que estuve, en la Baixada Fluminense (gran Río) me mostraron escenas muy impactantes para nosotros mismos, clase media : lo que veíamos eran pobres intentando ayudar a miserables! Muy dramático ver personas NBI tratando de ayudar a otras en peor situación. Un tema muy serio es que ellas no saben leer, dicen que están alfabetizadas pero sólo pueden firmar, no pueden comprender siquiera un texto muy simple para "entender" los materiales que les podemos facilitar, para que puedan comprender cómo otros han enfrentado la misma situación. Se trata también de personas que ni siquiera pueden desplazarse hasta las universidades o empresas donde se podría intentar hacer cosas con ellas, no tienen recursos para costearse el transporte, por lo cual los las Universidades y las empresas las que tienen que desplazarse hacia ellas. Alguien que estuvo hace dos años en una reunión y vuelve ahora, se choquea mucho preguntándose hacia dónde fue ese flujo de solidaridad que ya no está... Hasta Betinho se puso mal cuando se puso en contacto con esta realidad. Sabemos que en otros estados no fue así y en las ciudades más chicas la composición permanece más variada, se ven comités muy mezclados, con gente las municipalidades, de los bancos, integrando comités. Aquí los bancarios tienen una trayectoria importante de movilización y han demostrado una alta sensibilidad a la situación que la Campaña plantea.

Estimamos que 70% de los comités tiene al menos un bancario incluido y la gran mayoría pertenece al Banco del Brasil : son los que organizan las finanzas, cuidan la administración, etc. son realmente muy activos, diría que cada agencia del BB tiene un comité funcionando, por pura iniciativa de empleados del Banco; a veces la Asociación de Empleados presta el lugar, pero no hay nada superestructural, se trata siempre de iniciativas de los mismos bancarios : éste es un ejemplo de acciones sostenidas que hemos observado. Pareciera ser que el fenómeno está relacionado a una cierta tradición de organización de estos bancos estatales, como el de Brasil el del Estado de San Pablo, las Cajas de Ahorro, etc. donde la Campaña encontró realmente una acogida muy fuerte, una especie de resonancia con el movimiento sindical, que estaría ahora canalizando su potencial de solidaridad hacia afuera en vez de hacia adentro.

Los primeros procesos de generación de renta aparecieron después del primer año de campaña, es decir, en el segundo año de la Campaña, que era un año electoral, cuando insistimos en la temática del *empleo y la generación de renta* . Preferíamos usar la palabra trabajo a empleo por entenderla más abarcativa, y logramos que todos los políticos incluyeran de modo muy prioritario la temática del *empleo*. Fue casi una palabra de orden. Es interesante, porque si bien en las encuestas la prioridad era violencia, la que pasó a la agenda política como prioritaria - en contra de las sacralizadas investigaciones de opinión pública - fue el empleo. Creemos que puede haber sido influencia de la Campaña porque cuando levantamos el slogan "*Comida contra el hambre, trabajo contra la miseria*" los comités empezaron a emprender obras de generación de empleo, como panadería y huertas comunitarias, fábricas de clazados, bloque para la construcción de viviendas, pequeñas industrias. Una de las ideas en el Estado de Minas Gerais fue formar un Fondo de Solidaridad, con dinero recaudado de los comerciantes y todas las personas que quisieran, con el cual se daba al menos un salario mínimo a las familias catastradas como situación de emergencia. Eso se hacía bajo forma de contratación de una persona de la familia, que prestaba servicios por un monto equivalente al salario mínimo para la municipalidad. Por ejemplo, se hicieron arreglos a escuelas, reparación de veredas, etc de esta manera, entre "parcería" entre la municipalidad y los miembros del comités que eran pagados con el dinero depositado en el Fondo.

H : Se parece mucho a una experiencia desarrollada en los '80 en Sao Paulo, el Movimiento de Solidaridad en el desempleo, una especie de "heredero" de otro movimiento de los setenta, el de Intercomunicación por una Sociedad superando las dominaciones, que nació en Brasil y se expandió

por muchos países del mundo de los cinco continentes. Yo particularmente estuve involucrada con éste último, haciendo trabajos dentro de su marco en México y Nicaragua. Conocés algo de ellos ? Yo podría vincularme con personas que conozco - previo investigar qué hicieron o están haciendo - en relación con la AC hoy - que han estado muy comprometidas con ambos, de modo de poder intercambiar los resultados y evitar, quizás, problemas evitables...

F : No los conozco y me parece muy interesante que nos articulemos para ver si sacamos algo productivo para ambos... Siempre tendemos a creer que los movimientos tienen una fase de ascenso y una de descenso y fin (o transformación en otra cosa), y nos pasa que cada vez que creemos que va a ser el final... la encuesta de opinión pública - que tenemos como "colados" en las encuestas nacionales del I.B.O.P. (Instituto Brasileiro de Opinião Pública) porque como no tenemos plata para pagarla, nos prestan el espacio para algunas preguntas cuando la hacen para otros propósitos - indica que NO, que no ha llegado el momento, que aun está viva, que la gente sigue inventando formas de participar que nos sorprenden. Para nosotros está muy claro que la AC más allá de las acciones puntuales, apunta a crear un estilo de hacer política, de participar de la vida social organizada. Obviamente, la preocupación de la Campaña no es con lo que el título indica, sino, fundamentalmente con el tema de la generación de los valores : cómo es posible crear nuevos valores a través de estas acciones que están presentes en una forma de hacer política, esa nueva concepción de ciudadanía que la Campaña ha desencadenado. Han aparecido nuevos movimientos que consideramos que son "cachorros" de la AC, lo cual es fantástico, de eso se trata precisamente, de generar nuevas y nuevas formas emancipatorias de la ciudadanía. Aquí no hay patente, no hay una idea que quiere hegemonizar nada, sino que hay apertura y entusiasmo con lo que va apareciendo como hallazgo en la forma de construir la ciudadanía. Lo que importa es reforzar la idea olvidada de que ciudadanía no son sólo derechos, son también obligaciones, deberes que se tienen en relación a los otros, lo cual raramente se ve más allá de las palabras...

H. Quizás palabras vacías, en general, porque vacías de acción, no pasan de mero acto declaratorio... Como yo la veo - y eso me importa muchísimo para reflexionar sobre Argentina - que es mi país adoptivo -la AC le dio vida a esa parte olvidada de la ciudadanía... Mostró cómo son los deberes ciudadanos en la práctica. Y en el contexto latinoamericano, en general, con nuestros países golpeados por el período de las dictaduras, donde la solidaridad se expresó en nichos pequeños y aislados como formas de supervivencia, reconstruir el tejido social es una tarea desafiante y compleja, porque todo invita al opuesto, permanentemente. Sólo esporádicamente aparecen hechos que movilizan la opinión pública en dirección a cierta indignación desahuciada, y ahí frecuentemente, caemos en la zamba, la milonga pampeana o en el tango, en el enojo o la desesperanza antes que en la indignación productiva. Encontramos afuera, siempre, culpables por doquier, pero no nos miramos al ombligo y nos preguntamos a nosotros mismos "*¿ Qué estamos haciendo ? ¿ Qué hicimos hoy ? ¿ Qué nos falta hacer ? ¿ Qué podemos hacer mañana ?*" Antes de cerrar, quisiera que nos expliques cuál es la relación de la Campaña con el Programa Comunidad Solidaria, si están articuladas, si Betinho representa a la Campaña en el C.S., por ejemplo.

F : Es muy importante aclarar este punto : la Campaña no está en el Programa Comunidad Solidaria, ni lo podría estar como Campaña, porque no hay lugar para tal. Entonces, hay que diferenciar, a partir de algunas ideas rectoras. Betinho es el articulador nacional, pero no es la Campaña, como ya expliqué antes. La Campaña es el conjunto de todo lo que está pasando en el país, nadie puede hablar a nombre de la Campaña porque nadie representa a nadie en la AC, cada uno se representa a sí mismo... Sí, también es cierto que, con el cambio de gobierno, como parecía lógico adoptar una actitud flexible y esperanzosa de la nueva gestión, lo que Betinho aceptó fue tener un rol en el Consejo Asesor del Programa Comunidad Solidaria, por supuesto, como persona, por más referente que sea para la opinión pública, lo hace a nombre de sí mismo y no de la AC... En realidad, si queremos volver a los orígenes del CS, hay que volver al pos- impeachment. En los primeros tiempos, Luis Ignacio da Silva, Lula, presentó al Presidente Itamar Franco una propuesta de creación del CONSEA (Consejo Nacional de Seguridad Alimentaria), en el cual participarían órganos del gobierno y la sociedad civil, a los efectos de tomar ciertos aspectos relacionados con el problema del hambre, como un refuerzo de la Campaña que asegurara el largo plazo, en la definición de la política pública, y no se quedara restringido al abordaje cortoplacista y emergencial, para llevar la discusión a los niveles más altos del gobierno. En cierta medida, era la otra cara de la Campaña... En ese momento

el Presidente Itamar Franco lo invitó a Betinho para ser presidente del Consejo y él no lo aceptó porque éso implicaba estar en Brasília, viajar, un desgaste físico que él no puede soportar bien, pero también porque creaba un estado de confusión en relación con la Campaña : no parecía oportuno que Betinho, innegable articulador nacional de la Campaña, integrara como presidente un órgano mixto del Gobierno/sociedad civil, como el CONSEA. Al final, el Obispo de Duque de Caxias (Estado de Río de Janeiro) aceptó la Presidencia y muchos artistas y personalidades participaron con mucho entusiasmo. Si no funcionó muy bien, tampoco se puede descartar su valor como experiencia pionera de cogestión. Era un momento muy crítico en la vida del país, la situación en el nordeste era muy seria y la experiencia sirvió al menos para demostrar las dificultades de mover la máquina burocrática, aun teniendo el gobierno como socio. Después se armó el PRODEA (Programa de Distribución de Alimentos), como resultado del disfuncionamiento del CONSEA... digamos así. Ahora, que Betinho está en el Consejo Asesor del Comunidad Solidaria, vemos repetirse en parte las mismas dificultades y no sabemos si realmente va a ser útil su presencia allí. Parece que esas experiencias aun deben ser perfeccionadas, no estamos acostumbrados a funcionar en "parcerías" similares...

H : Gracias, Fernanda. Todo fue muy rico y muy intenso en estos dos días. Ahora vuelvo a la Argentina y quisiera que esta charla sea, para mí, que en algún momento la sacaré de este grabador y algunas maniobras más, y para todos los que la lean, una oportunidad nueva, no solemne, pero, a la vez, mucho más que éso : fundacional. Mucho más duradera que el acto de cortar una cinta e inaugurar un puente o una fábrica de caramelos, tan necesarios ambos, porque comunican y generan empleo. Pero que ésta sea otra inauguración a nivel personal: la de que ya no me causa gracia seguir culpando a otro, sin hacer nada yo misma. Que no tiene sentido para mí, seguir criticando a los que hacen mal y no generarles propuestas o, al menos, sugerencias de mecanismos de generar propuestas. Que quizás somos muchos lo que pensamos cosas parecidas y no nos conocemos...

*Y ahora, hacer qué ? ¿ Ponerle el cuerpo ? Poner el hombro ? Poner los brazos ? Las manos ? La cabeza ? Quizás ponerlo todo. No olvidarse del corazón y desafiarse, cotidianamente, a ejercitar ese olvidado mecanismo de **compartir desde la responsabilidad por el otro** - no desde la ayuda o del darle-una- mano-para-dormir-tranquilos - lo que nos propició la mera suerte de haber nacido donde nacimos o que el esfuerzo de haber podido hacer lo que hicimos nos generó. Hacernos cargo de que otros más lo puedan hacer. Saber que hoy, mañana y pasado habrá personas que nacieron como nosotros : desnuditos, redonditos, expectantes y que sus primeros años pueden ser revertidos, que sus reglas del juego del vivir pueden cambiar, si pongo el hombro. Quizás, no haya problemas sin solución. Quizás sólo haya irresponsabilidades de quienes no nos jugamos, no queremos, o entendemos que no nos toca, buscarles solución. **¿Es hora quizás de reinventar la patria ?** Hoy, en el día a día. Seguir construyendo la ciudadanía. Con acciones concretas, todos los días. Con la organización de los recursos totales para dar respuestas a la altura de los problemas. Desde la acción responsable permanente : partiendo del supuesto de que **yo genero el afuera**. A mis prójimos próximos y distantes. Yo genero a los gobernantes y al gobierno que tengo, a la sociedad organizada o desorganizada que tengo, pero también a la familia, a mis compañeros de trabajo y a mis vecinos de barrio.*