



ENACOM 2019

XVII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

*“Comunicación, poder y resistencias:
transformaciones de una cartografía contemporánea”*

Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación-ENACOM

Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación-ENACOM- 2019 : libro de actas de resúmenes / compilado por Claudia Ortiz ; César Rogelio Zuccarino ; María Elena Ferreyra. - 1a ed compendiada. - Córdoba : César Rogelio Zuccarino, 2020.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-86-3799-0

1. Ciencias de la Comunicación. I. Ortiz, Claudia, comp. II. Zuccarino, César Rogelio, comp. III. Ferreyra, María Elena, comp. IV. Título.

CDD 302.2

Los textos han sido sometidos a una corrección de estilo general para su publicación. Se respetó el contenido, redacción y adecuación que los autores realizaron de sus textos. Cualquier error gramatical o de citación es responsabilidad de los autores.

XVII ENCUENTRO NACIONAL DE CARRERAS DE COMUNICACIÓN - ENACOM

“COMUNICACIÓN, PODER Y RESISTENCIAS: TRANSFORMACIONES DE UNA CARTOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA”

Fecha 4, 5 y 6 de septiembre Facultad de Ciencias de la Comunicación Universidad Nacional de Córdoba

El Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación (ENACOM) reúne anualmente a docentes, investigadores, graduados, estudiantes y profesionales de las carreras de Comunicación de universidades públicas y privadas de Argentina como así, también, de América Latina.

Convocado por la Federación Argentina de Carreras de Comunicación (FADECCOS), promueve la participación de profesionales y estudiantes de la Comunicación para pensar juntos el estado de la disciplina y el futuro del área a nivel nacional y regional. Los trabajos se presentaron en las mesas correspondientes a los 17 ejes, se alternaron con los paneles y mesas redondas en los que disertaron figuras relevantes del campo de estudios de la comunicación.

También, se desarrollaron talleres destinados al intercambio de experiencias y debates sobre temáticas específicas vinculadas a la extensión y la enseñanza de la comunicación social a nivel nacional. En el marco del Encuentro se presentó la muestra de trabajos y producciones realizadas en el ámbito de las cátedras y las carreras, seleccionados para diferentes categorías y modalidades denominada EXPOCOM.

En esta oportunidad, las actividades que se promovieron tendieron a generar espacios interdisciplinarios de debate dentro de un contexto político, económico y social complejo, que rearma los mapas de todos los asuntos sociales, y por lo tanto de la comunicación. En este sentido, las instancias de trabajo que se propiciaron tuvieron como objetivo fortalecer el encuentro de los investigadores y profesionales de los diferentes ámbitos de la comunicación social para debatir sobre las transformaciones que se profundizan en relación a: los medios de comunicación, las agendas, las socialidades y subjetividades, los procesos políticos y económicos y sociales, las ciudades, las temporalidades y los territorios, las resistencias cuyas consecuencias se evidencian en la profundización de las desigualdades sociales.

También, se tuvo en cuenta la importancia de una mirada histórica, situada y multiescalar de los procesos de

concentración y la estructura de propiedad de los sistemas de medios, así como las consecuencias en términos de políticas públicas culturales, de comunicación e información. En este sentido, se torna relevante promover la reflexión vinculada a la problematización de la transversalización del enfoque de género en las políticas públicas de comunicación como parte de los procesos de ampliación de derechos y a la vez, como terreno de disputas. Los aspectos enunciados introducen un tema en el que confluyen interrogantes y a la vez, expectativas: la formación académica y profesional de los comunicadores sociales.

La dinámica del encuentro comprendió:

- Desarrollo de paneles, mesas redondas y talleres en los que disertaron figuras relevantes del campo de estudios de la comunicación.
- Exposiciones en mesas de ponencias vinculadas a los ejes temáticos que figuran en la convocatoria del Encuentro.
- Muestra de trabajos y producciones realizadas en el ámbito de las cátedras y las carreras, seleccionados para diferentes categorías y modalidades en el marco de la EXPOCOM.

AUTORIDADES

Universidad Nacional de Córdoba

Rector Dr. Hugo O. Juri

Vicerrector Dr. Ramón P. Yanzi Ferreira

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Decana Mgter. Mariela Parisi

Vicedecana Dra. Susana Morales

Secretario de Planificación, Infraestructura y Gestión Institucional

Lic. Jorge Guevara

Secretaria Académica

Dra. Nidia Abatedaga

Subsecretaria Académica

Mgter. Laura Vargas

Subsecretaria de Enseñanza y Plan de Estudios

Mgter. Claudia Ortiz

Directora de carreras cortas Área Distancia

Esp. Hebe Ramello

Directora del Profesorado en Comunicación Social

Dra. Ana Andrada

Prosecretaria de Concurso y Carrera Docente

Dra. Dafne García Lucero

Secretaria de Ciencia y Tecnología

Dra. Fabiana Martínez

Centro de Investigación en Periodismo y Comunicación (CIPeCO)

Dra. Belén Espoz

Instituto de Comunicación Institucional (ICI)

Lic. María José Bustos

Prosecretaria de Relaciones Internacionales

Mgter. Liz Vidal

Secretario de Posgrado

Dr. Gustavo Urenda

Subsecretaria de Posgrado

Dra. Corina Ilardo

Secretario de Extensión

Lic. Pablo Natta

Subsecretario de Vinculación

Lic. Pedro Garelo

Área de Graduados

Lic. Tadeo Otaola

Secretario de Producción y Transmedia

Lic. Alexis Oliva

Subsecretaria de Producción y Transmedia

Lic. Yanina Arraya

Secretaria de Comunicación Institucional

Lic. María Cargnelutti

Secretaria de Asuntos Estudiantiles

Mgter. Judith Gerbaldo

COMISIÓN DIRECTIVA DE FADECCOS

Presidencia: Dr. Marcelo D'Amico. (UNER)

Vicepresidencia: Esp. Maximiliano Peret (UNICEN)

Secretaría: Mg. Ana Laura Hidalgo (UNSL)

Tesorería: Esp. Miguel Angel Vilte (UNNE)

Vocal: Mg. Cecilia Labate (UCES)

Revisora de Cuentas: Mg. Claudia Ortíz (UNC)

Coordinadora de relaciones Institucionales: Mg. Mariana Perticará (UNL)

Secretario Técnico: Dr. César Arrueta (UNJu)

Representante FADECCOS ante FELAFACS: Dr. Esteban Zunino (UMAZA)

Representante FADECCOS ante ALAIC: Dra. Daniela Monje (CEA - UNC)

COORDINACIÓN Y ORGANIZACIÓN GENERAL DEL ENCUENTRO

Ortiz Claudia Isabel (FCC-UNC)

COMITÉ CIENTÍFICO

Abatedaga Nidia (FCC-UNC)
Michelazzo Cecilia (FCC-UNC)
Morales Susana (FCC-UNC)
Alaniz María Ercilia (FCC-UNC)
Boito María Eugenia (FCC-UNC)
Cilimbini Ana (FCC-UNC)
Echavarría Corina (FCC-UNC)
Espoz Dalmaso María Belén (FCC-UNC)
Ferreira María Elena (FCC-UNC)
Gago Sebastián (FCC-UNC)
García Lucero Dafne (FCC-UNC)
Gastaldi Sebastián (FCC-UNC)
Grizincich Claudia Guadalupe (FCC-UNC)
Koci Daniel Alejandro (FCC-UNC)
Labate Cecilia (UCES)
Martinez Fabiana (FCC-UNC)
Massa Jimena (FCC-UNC)
Mengo Renee Isabel (FCC-UNC)
Merlo Carlos (FCC-UNC)
Minervini Mariana (FCC-UNC)
Natta Pablo (FCC-UNC)
Papalini Vanina (FCC-UNC)
Peret Maximiliano (UNICEN)
Pereyra Marta (FCC-UNC)
Reynoso César (FCC-UNC)
Ruiz Fernando Javier (Univ.Austral)
Saur Daniel Guillermo (FCC-UNC)
Savoini Sandra (FCC-UNC)
Urenda Gustavo (FCC-UNC)
Vera de Flachs María Cristina (FCC-UNC)

COMISIÓN ORGANIZADORA

Moreiras Diego (FCC-UNC)
Ramello Hebe (FCC-UNC)
Ramé Vanina (FCC-UNC)
Zuccarino César Rogelio (FCC-UNC)
Gonzalez Verónica (FCC-UNC)
Fernandez Esteban (FCC-UNC)
Sozzi Cecilia (FCC-UNC)
Batti Fernanda (FCC-UNC)
Becker Micaela (FCC-UNC)

SUB COMISIÓN DE PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES

Armando María Virginia (FCC-UNC)
Mohaded Myriam (FCC-UNC)
Cargnelutti Vanesa Romina (FCC-UNC)

COORDINACIÓN DEL CONCURSO EXPOCOM

Ferreira María Elena (FCC-UNC)
Grizincich Claudia Guadalupe (FCC-UNC)

COORDINACIÓN DEL CONCURSO DE TESIS Y TRABAJOS FINALES DE GRADO

Mengo Renee Isabel (FCC-UNC)
Ortiz Claudia Isabel (FCC-UNC)

Diseño y contenidos web

Lucero Canales Paola
Bendayán Iván
Scotta Guadalupe

EVALUADORES DE EJES TEMÁTICOS

1. Comunicación Comunitaria

Abatedaga Nidia (FCC-UNC)
 Labate Cecilia (UCES)
 Gonzalez Verónica (FCC-UNC)
 Cilimbini Ana (FCC-UNC)

2. Comunicación pública de las ciencias

Minervini Mariana (FCC-UNC)
 Mendoza Mariana (UNC)
 Isoglio Antonela Paola (FCC-UNC)

3. Comunicación institucional, corporativa y publicitaria.

Sozzi Cecilia (FCC-UNC)
 Casado Nicolás (UNICEN)
 Vulcano José (UNICEN)
 Calderón Arnulphi (FCC-UNC)
 Neild Graciela (FCC-UNC)

4. Comunicación y género.

Massa Jimena (FCC-UNC)
 Mohaded Myriam (FCC-UNC)

5. Comunicación y salud.

Cabral Ximena (FCC-UNC)
 Mendizabal Victoria (FCC-UNC)

6. Comunicación, comunicación, arte y filosofía.

Merlo Carlos (FCC-UNC)
 Bratti Fernanda (FCC-UNC)

7. Comunicación y educación.

Tenaglia Pablo (FCC-UNC)
 Arias Nancy (FCC-UNC)
 Mónica Ferrer (FCC-UNC)
 Moreiras Diego (FCC-UNC)
 Cuello Silvina (FCC-UNC)
 Andrada Ana (FCC-UNC)
 Ares Bargas Vanina (FCC-UNC)
 Ramello Hebe (FCC-UNC)
 Palmero Paula Mariana (FCC-UNC)
 Armando María Virginia (FCC-UNC)
 Arrieta Micaela (FCC-UNC)
 Gaitieri Jorge (FCC-UNC)
 Arraya Yanina (FCC-UNC)

Cabezas María del Carmen (FCC-UNC)
 Garelo Pedro (FCC-UNC)
 Masera Marta (FCC-UNC)
 Vargas Laura Delia (FCC-UNC)
 Ramé Vanina (FCC-UNC)
 Pinque Germán (FCC-UNC)
 Manavella Fernanda (FCC-UNC)
 Alberione Eva (FCC-UNC)

8. Comunicación formación profesional y escenarios laborales

Blanco Cecilia (FCC-UNC)
 Oliva Alexis (FCC-UNC)

9. Comunicación y Antropología

Ilardo Corina (FCC-UNC)
 Ulla Cecilia (FCC-UNC)

10. Consumos mediáticos y tecnológicos/ apropiación simbólica

Peret Maximiliano (UNICEN)
 Roqué Ferrero Soledad (FCC-UNC)
 Ibañez Ileana Desiree (FCC-UNC)
 Martino Bettina Andrea (UNCuyo)

11. Conflicto social, movimientos sociales y acción colectiva

Boito Eugenia (FCC-UNC)
 Espoz Dalmaso Belén (FCC-UNC)
 Gontero Natalia Raquel (FCC-UNC)
 Salguero Myers Katrina (FCC-UNC)
 Cecilia Michelazzo (FCC-UNC)

12. Discursos, sentidos y representaciones

Martinez Fabiana (FCC-UNC)
 Saur Daniel Guillermo (FCC-UNC)
 Gastaldi Sebastián (FCC-UNC)
 Grizincich Claudia (FCC-UNC)
 Castillo Jimena (FCC-UNC)
 Sgammini Marcela (Fac.de Artes-UNC)
 Savoini Sandra (FCC-UNC)
 Rusconi Carlos (UNRC)
 Becker Micaela (FCC-UNC)
 Bonfiglio Yair (FCC-UNC)
 Orellana Víctor Mauro (FCC-UNC)

13. Epistemología de la comunicación, teorías y metodologías de investigación

Zuccarino César Rogelio (FCC-UNC)
 Maccioni Laura (FCC-UNC)



Pizarro Hugo Ignacio (FCC-UNC)

14. Lenguajes, tecnologías y nuevos medios

Magallanes Sergio (UNICEN)
Alonso Exequiel (UNICEN)
Giró María Evangelina (FCC-UNC)
Ferreyra María Elena (FCC-UNC)
García Lucero Dafne (FCC-UNC)
Liponevsky Tamara (FCC-UNC)
Vila Gariglio Rodolfo (FCC-UNC)
Luque Daniel Roberto (FCC-UNC)
Inga Roxana Judith (FCC-UNC)

15. Historia de los medios, poder y políticas de comunicación

Segura Soledad (FCC-UNC)
Koci Daniel (FCC-UNC)
Alaniz María Ercilia (FCC-UNC)
Natta Pablo (FCC-UNC)
Mandakovic Mariana (FCC-UNC)

16. Prácticas y experiencias periodísticas

Pereyra Marta (FCC-UNC)
Rinaldi Laura (FCC-UNC)
Rodríguez Castagno Tatiana (FCC-UNC)

17. Comunicación y Política

Echavaría Corina (FCC-UNC)
Reynoso César (FCC-UNC)
Bonacci Santiago (FCC-UNC)
Dorado Claudia (FCC-UNC)
Druetta Santiago (FCC-UNC)
Echeverría Luciana (FCC-UNC)
Juarez Fernanda (FCC-UNC)
Fessia Emiliano (FCC-UNC)
Del Barco Guadalupe (FCC-UNC)
Villagra Emilia (FCC-UNC)

COORDINADORES DE EJES TEMÁTICOS

1. Comunicación Comunitaria

Cilimbini Ana (FCC-UNC)
Gonzalez Verónica (FCC-UNC)

2. Comunicación pública de las ciencias

Minervini Mariana (FCC-UNC)

3. Comunicación institucional, corporativa y

publicitaria.

Casado Nicolás (UNICEN)
Vulcano José (UNICEN)
Neild Graciela (FCC-UNC)
Sozzi Cecili (FCC-UNC)

4. Comunicación y género.

Massa Jimena (FCC-UNC)
Mohaded Myriam (FCC-UNC)
Ceballos, Maria Soledad (FCC-UNC)

5. Comunicación y salud.

Cabral Ximena (FCC-UNC)
Mendizabal Victoria (FCC-UNC)

6. Comunicación, comunicación, arte y filosofía.

Gago Sebastián (FCC-UNC)
Merlo Carlos (FCC-UNC)
Bratti Fernanda (FCC-UNC)

7. Comunicación y educación.

Tenaglia Pablo (FCC-UNC)
Arias Nancy (FCC-UNC)
Mónica Ferrer (FCC-UNC)
Andrada Ana (FCC-UNC)
Ares Bargas Vanina (FCC-UNC)
Ramello Hebe (FCC-UNC)
Palmero Paula Mariana (FCC-UNC)
Armando María Virginia (FCC-UNC)
Arrieta Micaela (FCC-UNC)
Garello Pedro (FCC-UNC)
Vargas Laura (FCC-UNC)
Ramé Vanina (FCC-UNC)
Pinque Germán (FCC-UNC)

8. Comunicación formación profesional y escenarios laborales

Blanco Cecilia (FCC-UNC)
Oliva Alexis (FCC-UNC)

9. Comunicación y Antropología

Ilardo Corina (FCC-UNC)
Ulla Cecilia (FCC-UNC)

10. Consumos mediáticos y tecnológicos/ apropiación simbólica

Peret Maximiliano (UNICEN)
Roqué Ferrero Soledad (FCC-UNC)
Ibañez Ileana Desiree (FCC-UNC)
Martino Bettina Andrea (FCC-UNC)

11. Conflicto social, movimientos sociales y acción colectiva

Boito Eugenia (FCC-UNC)
Espoz Dalmasso Belén (FCC-UNC)
Gontero Natalia Raquel (FCC-UNC)
Salguero Myers Katrina (FCC-UNC)



Cecilia Michelazzo (FCC-UNC)

12. Discursos, sentidos y representaciones

Martinez Fabiana (FCC-UNC)
Saur Daniel Guillermo (FCC-UNC)
Gastaldi Sebastián (FCC-UNC)
Grizincich Claudia (FCC-UNC)
Castillo Jimena (FCC-UNC)
Sgammini Marcela (Fac.de Artes-UNC)
Savoini Sandra (FCC-UNC)
Rusconi Carlos (FCC-UNC)
Becker Micaela (FCC-UNC)
Bonfiglio Yair (FCC-UNC)
Orellana Víctor Mauro (FCC-UNC)

13. Epistemología de la comunicación, teorías y metodologías de investigación

Zuccarino César Rogelio (FCC-UNC)
Pizarro Hugo Ignacio (FCC-UNC)
Maccioni Laura (FCC-UNC)

14. Lenguajes, tecnologías y nuevos medios

Magallanes Sergio (UNICEN)
Alonso Exequiel (UNICEN)
Giró María Evangelina (FCC-UNC)
Ferreyra María Elena (FCC-UNC)
García Lucero Dafne (FCC-UNC)
Liponetzky Tamara (FCC-UNC)
Vila Gariglio Rodolfo (FCC-UNC)
Inga Roxana Judith (FCC-UNC)
Linossi Joel (FCC-UNC)

15. Historia de los medios, poder y políticas de comunicación

Segura Soledad (FCC-UNC)
Alaniz María Ercilia (FCC-UNC)
Alonso Exequiel (UNICEN)
Lingieri Diego (UNICEN)
Natta Pablo (FCC-UNC)
Armando María Virginia (FCC-UNC)
Manavella Fernanda (FCC-UNC)

16. Prácticas y experiencias periodísticas

Pereyra Marta (FCC-UNC)
Rinaldi Laura (FCC-UNC)
Rodriguez Castagno Tatiana (FCC-UNC)

17. Comunicación y Política

Echevaría Corina (FCC-UNC)
Reynoso César (FCC-UNC)
Bonacci Santiago (FCC-UNC)
Dorado Claudia (FCC-UNC)
Druetta Santiago (FCC-UNC)
Echeverría Luciana (FCC-UNC)
Juarez Fernanda (FCC-UNC)
Del Barco Guadalupe (FCC-UNC)
Villagra Emilia (FCC-UNC)

SINTESIS DE ALGUNOS DE LOS PANELES Y MESAS REDONDAS

PANEL INAUGURAL: COMUNICACIÓN, MEMORIA Y TECNOLOGÍA EN EL PENSAMIENTO DE HÉCTOR SCHMUCLER

Panelistas: Christian Ferrer (UBA), Mariano Zarowsky (UBA/CONICET), María Paulinelli (FCC-UNC)

Coordinación: Vanina Papalini

Facultad de Ciencias de la Comunicación-UNC

El panel, con el que se abrió la ENACOM, rindió homenaje a Héctor Schmucler, profesor emérito de la Universidad Nacional de Córdoba y referente fundamental del campo comunicacional latinoamericano, de proyección internacional. Su figura y sus aportes fueron evocados por la profesora consultada de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, María Paulinelli, quien se refirió especialmente a la contribución de Schmucler a los estudios sobre memoria, violencia política y pasado reciente en Argentina y rememoró su figura como director del Programa de estudios sobre la memoria y como director de la Maestría en Comunicación y Cultura contemporánea del Centro de Estudios Avanzados. A continuación, Mariano Zarowsky, profesor de la Universidad de Buenos Aires, expuso el papel de Schmucler en la creación de revistas y en la circulación de ideas, enfatizando su vanguardismo, su apertura y su acción a favor de la promoción de la crítica. Por último, Christian Ferrer, también profesor de la Universidad de Buenos Aires, que se formara en la docencia universitaria dentro de la cátedra "Informática y Sociedad" a cuyo cargo estaba Schmucler, ofreció una semblanza que apuntaba a subrayar el modo en el que reflexionaba y los aspectos más sustantivos de su pensamiento. También dio cuenta del temprano interés de Schmucler por la tecnología y las relaciones y reconfiguraciones que esta teje con la comunicación, para finalmente destacar en la evocación, los rasgos más característicos del intelectual.

PANEL: IDENTIDADES VIRTUALES Y NARRATIVAS DEL YO

Panelistas: *Mariela Parisi (FCC-UNC)- Gabriela Samela-Diego Vigna-Julio César Sal Paz*

Coordinación: *Jimena Castillo*

Facultad de Ciencias de la Comunicación-UNC

Los modos de subjetivación en las sociedades contemporáneas constituyen un tópico insoslayable. La narración de sí atraviesa posibilidades diversas en relación con el espectáculo, con la extimidad, con la expansión del espacio biográfico. La fugacidad de las identidades se superpone con su incesante proceso constructivo.

En esta presentación de sí, el autodiseño obligatorio postula la primacía del carisma en el actual espacio de una ética. Este diseño involucra asimismo una razón económica y una razón política, en el vértigo que hace devenir inasible toda experiencia.

En este marco, Internet se ofrece como condición de lectura contemporánea, que impone a su vez la velocidad como marca propia, en el horizonte de una alfabetización específica. Las diferentes prácticas que involucra son depositarias de un rasgo de extimidad respecto de la lengua, así como de la condición de archivo.

Los blogs, los sitios personales, los comentarios, entre otras posibilidades, se ofrecen como repertorios genéricos paradigmáticos en este horizonte. Un caso diferenciado constituye la opción periodística, en la cual la producción de sí configura un ethos particular, ligado al perfil profesional. En este horizonte el nombre deviene marca, estrategia de legitimación. Asimismo, la autorreferencialidad, la autoficción establecen tensiones particulares en este dominio. Entre las categorías narrativas, la del narrador adquiere en este marco fuerza preponderante.

A su vez, el comentario como género interactivo extiende los alcances de la noticia como tal. En la tensión entre la oralidad y la escritura, se inscribe entre las opciones polémicas, frecuentemente irónicas o humorísticas como marca distintiva local.

El imperativo del decir se transforma en premisa de diversos repertorios, en los cuales cualquier sentido puede ser subvertido. Esta condición postula asimismo su reverso: la posibilidad de no decir en pos de una re-percepción.

PANEL: POLÍTICAS DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA EN COMUNICACIÓN: UN DEBATE IMPOSTERGABLE

Panelistas: *Alejandra Garcia Vargas (UNSA – UNJU); Marcelo Loaiza (COMAHUE); Carina Cortassa (FCEdu-UNER); Maria Eugenia Boito (FCC y FCS-UNC).*

Coordinadora: *María Belén Espoz*

Facultad de Ciencias de la Comunicación-UNC

El panel tuvo por objetivo debatir -desde una perspectiva federal- los principales problemas y desafíos del 'quehacer científico' en el campo comunicacional en nuestro contexto social, económico y cultural. La comunicación como espacio consagrado de saberes/ poderes en la institucionalidad científica contemporánea, instala tensiones sobre dónde y cómo 'ubicar/ encasillar' una multiplicidad de experiencias, métodos, teorías y prácticas que, simplemente, no 'encajan' en las dominancias socio-discursivas del hacer ciencia convencional. Heterogeneidad que expresa las desiguales y diferenciales trayectorias desde donde la ciencia se realiza y que muchas veces desconoce un territorio nacional donde existen 'centros' y 'periferias'. Dicha producción, siempre situada, continúa marcando las posibilidades/potencialidades de las agendas científicas y académicas.

Los y las diferentes panelistas propusieron de esa manera, lugares de interrogación de nuestras prácticas en el presente de manera situada: hacer ciencia en el Norte Argentino ob-liga a recrearse buscando asociarse con otras disciplinas -incluso de aquellas que vemos tan 'lejanas' como las biológicas o nutricionales- para dar lugar a lo transdisciplinario como potencialidad; también a reconocer las torsiones de un campo académico 'cerrado' en un formulario para empujarlo a pensar estrategias y tácticas para romperlo. Precisamente, la heterogeneidad potencia formas creativas de realizar la investigación social.

También hubo un momento para pensar las instancias de formación en la investigación en un contexto donde la mercantilización de la experiencia atraviesa el campo académico-científico: la necesidad de incentivar la curiosidad/la problematización, más acá de los recursos materiales que sirven como encuadre y horizonte de las prácticas de investigación contemporáneas.

Por último, en Córdoba como en otras ciudades del interior del país, se han creado nuevas Unidades Ejecutoras del CONICET, así como Grupos Vinculados y otras

modalidades de conformación de espacios de formación, producción y difusión de investigaciones de alto nivel. En este marco desde hace unos años, la Comunicación como disciplina ha sido reconocida por los Organismos de CyT, evidenciando los desafíos emergentes para las nuevas generaciones de los investigadores en comunicación. Ello nos recuerda a lo expresado por Héctor ‘Toto’ Schmucler hace más de tres décadas: “En vez de insistir en una especialización reductora, se propone una complejidad que enriquezca. Nada tiene que ver esto con la llamada interdisciplinariedad que, aún con las mejores intenciones, sólo consagra saberes puntuales. Se pretende lo contrario: hacer estallar los frágiles contornos de las disciplinas para que las jerarquías se disuelvan”. “La comunicación no es todo”, pero debe, como nos recuerda el Toto, “ser hablada desde todas partes; debe dejar de ser un objeto constituido, para ser un objetivo a lograr”.

PUBLICACIONES ACADÉMICAS EN EL CAMPO DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL CENTRO DEL PAÍS:
DE LA PRODUCCIÓN EDITORIAL A LA LLEGADA AL
PÚBLICO LECTOR

Coordinación: Sebastián Gago

Facultad de Ciencias de la Comunicación-UNC

En el panel “Publicaciones académicas en el campo de la comunicación social en el centro del país: de la producción editorial a la llegada al público lector”, realizado en el marco del XVII ENACOM (2019), participaron los editores Marcelo Ferrero, director de Editorial Brujas y de Encuentro Grupo Editor, Sebastián Castro Rojas, editor de *La Trama de la Comunicación*, revista científica de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario, y María de los Ángeles Rodríguez, Secretaria de Redacción de la revista *del prudente Saber y el máximo posible de sabor*, perteneciente a la Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos.

Durante la actividad, realizada en el aula auditorio de la FCC, se trataron distintos tópicos relacionados con el tratamiento editorial de las producciones académicas y críticas sobre comunicación. Se discutió el lugar de la comunicación como objeto científico de estudio, en relación con abordajes y temas actuales y pendientes. Al respecto, se estableció que los temas de interés en el campo de las publicaciones en comunicación, dependen de tendencias de época: en la actualidad, prevalecen cuestiones como el ecosistema digital en la generación de contenidos en formato digital y la minería de datos en Big Data.

Asimismo, se trató el rol del editor como constructor de

catálogo y del fondo editorial, según criterios de secciones de contenidos, la profesionalización y capacitación de equipos de trabajo; las políticas y criterios editoriales de evaluación y selección de producciones académicas a publicar, esenciales para la calidad de las producciones editoriales (tanto de sellos como de revistas) y la indexación (en caso de las revistas en particular).

También se reflexionó sobre las estrategias de difusión con el objetivo de llegar al público lector interesado en la comunicación como campo de conocimiento, y en este aspecto, hubo consenso entre los panelistas acerca de la importancia de los nuevos soportes y formatos digitales, como así también el diseño de portadas de revistas, como herramientas de visibilidad editorial. Otro recurso de visibilización de producciones editoriales es la participación regular en ferias internacionales de publicaciones.

Un último tópico discutido versó en el proceso que prácticamente todas las publicaciones académicas experimentaron, y experimentan, en relación con el pasaje del soporte analógico al digital, proceso que ha implicado períodos de transición entre ambos modelos de publicación. Desde Editorial Brujas sostienen que, dada la merma sostenida en la venta de libros, mudaron el sistema de producción y, gracias a la tecnología de impresión digital, se afianza la impresión bajo demanda. Otra cuestión tratada en el panel, e íntimamente vinculada a la anterior, es la dimensión material de la cultura digital y las dificultades de conservación del acervo bibliográfico en soporte digital. En ese sentido, los panelistas coincidieron en la importancia que han adquirido, en especial en la presente década, los repositorios digitales institucionales de acceso abierto, ya sea de universidades o de centros de investigación científica.

PANEL: PANEL PERSPECTIVAS SOCIOSEMIÓTICAS Y
ANÁLISIS DE LA POLÍTICA

De la promesa diferida a la amenaza: actos de habla en el discurso de CAMBIEMOS

Fabiana Martínez

Facultad de Ciencias de la Comunicación-UNC

Esta reflexión forma parte de una investigación más amplia acerca de los dispositivos de enunciación desplegados por el PRO desde su emergencia, y fundamentalmente en la formación de la coalición *Cambiemos*, a partir de la cual accedió al poder nacional. El nivel de la enunciación es un nivel clave para el análisis de los discursos políticos porque nos permite considerar la configuración de una escena déctica desde una perspectiva no referencial,

es decir, cómo los discursos construyen (y no cómo disimulan, reflejan, engañan....) sujetos, temporalidades y espacialidades. Estos elementos son relevantes si tenemos en cuenta que el neoliberalismo puede ser entendido como una nueva forma de gubernamentalidad capaz de generar nuevas subjetividades (meritocráticas, pospolíticas, pastorales, lúdicas, etc.).

En esta ocasión, se analizaron las conferencias del Presidente posteriores a los resultados negativos de la PASO (lunes 12 y miércoles 14 de agosto de 2019). Una hipótesis, un principio de lectura de este análisis es que la conferencia del lunes, presentada como un exabrupto, un estado excepcional de pasiones negativas (ira, desilusión, etc.), en rigor es el desenlace de un conjunto de componentes que han sido invariantes semióticas de esta discursividad neoliberal. Por lo tanto, no vemos allí un corte con las modalidades previas, sino la inscripción crispada de componentes que sedimentaron durante varios años. No le es ajeno al discurso neoliberal amenazar, y luego colocar como único sentimiento político disponible el miedo. Estos elementos (amenaza, incertidumbre, miedo) fueron centrales no sólo del discurso sino del tipo de gubernamentalidad y de regulación de subjetividades que caracterizó a *Cambiemos*. Mientras que el gobierno se caracterizó por las promesas diferidas, es decir, por anuncios de *inversiones, mejoras económicas, pobreza cero*, etc. que nunca llegaron a concretarse (lo que sería otro componente constitutivo del neoliberalismo, según Appadurai...) en el tramo final de su gobierno, se desplazó hacia la amenaza. Entendida como el anuncio de un don negativo, la amenaza aparece como un acto controversial en el campo político, pues es contraria a la seducción, y además resulta paradójicamente orientada al colectivo nacional completo. Esta amenaza estuvo además vinculada a la construcción del adversario político: frente al triunfo del kirchnerismo, el líder anuncia que, de seguir esta tendencia, sólo habrá en el futuro caos y crisis económica. La amenaza aparece, entonces, como un nuevo modo del decir político y del gobernar que estuvo presente desde los inicios de la gestión; confirmando cómo en las democracias pospolíticas, como señala Zizek, uno de los únicos sentimientos posibles es el miedo.

**MESA REDONDA: VISIÓN DEL CAMPO
PROFESIONAL SOBRE LA FORMACIÓN ACADÉMICA
DE LOS COMUNICADORES**

Disertantes: Pablo Cattoni, presidente del Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina, director de Asuntos Corporativos de Dow para la Región Sur de América Latina. Diego Marconetti, miembro de la Comisión Directiva de Fopea, docente de UBP, periodista de La Voz del Interior. Santiago Olivera, ex-presidente de la Asociación Argentina de Publicidad, CEO de Young

Buenos Aires.

Coordinadora: Cecilia Sozzi

Facultad de Ciencias de la Comunicación-UNC

En algo estuvieron abiertamente de acuerdo los disertantes de esta mesa redonda, aun proviniendo de diferentes subáreas como lo son la comunicación organizacional, el periodismo y la publicidad: estamos transitando un cambio radical del escenario profesional. Con esa consonancia de fondo el encuentro tuvo momentos descriptivos, críticos y propositivos. Los profesionales expresaron certezas y a la vez dudas, propias de un proceso de transición. Pablo Cattoni destacó la necesidad de ser transparentes y sostener la ética en la comunicación así como castigar la falsedad. Ante las múltiples posibilidades que los públicos tienen hoy para comunicarse, para Cattoni es importante contar historias con creatividad y dar información certera y argumentada. Otra cualidad relevante del comunicador institucional y el relacionista público que resaltó fue la versatilidad, “para poder estar en relación con los diferentes públicos y con las realidades complejas y volátiles con las que se enfrentan día a día, especialmente teniendo en cuenta que a muchas organizaciones les cuesta comprender el nuevo rol de los públicos”. Recomendó la formación permanente y el estar atentos “a los nichos que se abren”. Además subrayó que es importante preguntarse cómo seguir fortaleciendo la profesión.

Diego Marconetti planteó un panorama pesimista al sostener que se manifiesta una “dinámica de crisis” del periodismo en la que no se sabe “si los comunicadores podrán seguir viviendo de su trabajo mucho tiempo más”. Calificó a los periodistas como los responsables del futuro de la comunicación y en ese marco destacó la importancia de la formación como comunicadores sociales y de las prácticas preprofesionales. Planteó la necesidad de formularnos algunas preguntas: “¿Hacia dónde va el periodismo?, ¿Se puede pensar en otro modo de hacer periodismo? ¿Qué se está explorando hoy?” Santiago Olivera expuso una paradoja del ámbito de la publicidad. Por una parte, sostuvo que el modelo de difusión publicitaria de los medios masivos a la gente ya no existe, porque hay infinidad de intermediarios e incluso bots que están en camino de construir mensajes desde la empatía. “Esto ha traído precarización laboral y los profesionales tienen un conocimiento que desapareció. Hoy hay

que inventar todo. Debemos volvernos generalistas de nuevo, no necesitamos especializarnos tanto”, argumentó. La contracara de esta paradoja para Olivera es que frente al hecho de que nada es masivo, “hay nichos, y por lo tanto, infinidad de puestos de trabajo”. Ante consultas de los asistentes, defendió la formación generalista y la actualización a través de cursos de corta duración. Consideró que al usar las redes los jóvenes van aprendiendo el oficio, y en esto coincidió con Marconetti: la comunicación tiene mucho de oficio. “Se aprende en la práctica y después va ‘cayendo’ la teoría que se adquiere en la universidad”.

Una síntesis de lo compartido por los disertantes fue la frase mencionada por Olivera: “Cuando teníamos las respuestas, nos cambiaron las preguntas”.

PANEL: PERIODISMO EN TIEMPOS DE CONVERGENCIA

Panelistas: *Álvaro Liuzzi (UNLP), César Arrueta (FHyCS de Jujuy), Fabián Bergero (UN Comahue), Patricio Irrisari (UNR) y Mónica Viada (FCC-UNC)*

Coordinadora: *Mariana Minervini*

Facultad de Ciencias de la Comunicación-UNC

En esta mesa, al pensar en la convergencia y el periodismo, los diferentes especialistas se han referido al flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas, pero también a la cooperación y colaboración en la producción de contenidos, a un proceso de integración de modos de comunicación tradicionalmente separados. Esta convergencia incide en múltiples esferas del quehacer periodístico: en la elaboración y distribución de contenidos, en las formas de acceso a los información y fuentes, y en el perfil profesional de los periodistas que se enfrentan a la posibilidad de unir todos los medios en uno.

Cada panelista, planteó un punto de vista que permitió analizar la convergencia no solo como un paradigma tecnológico, sino como un proceso cultural y transmediático que se produce en el cerebro de las personas y mediante las interacciones sociales con otros. Las exposiciones plantearon a la convergencia como un proceso, que ha impactado tanto en la academia como en la industria periodística y al mismo tiempo, generó nuevos desafíos en los espacios de formación y carreras de comunicación y periodismo.

Los diferentes especialistas, piensan que es necesario

adaptarse a los cambios y entender las nuevas lógicas para relacionarse con el contenido; siendo la convergencia un recurso creativo, además de una oportunidad para los medios regionales y locales para adquirir visibilidad en la web.

Consideran que no evolucionar es involucionar; siendo el principal desafío la participación real de la sociedad que se incorpora en el mismo proceso de redacción. La evolución debe ser compartida, es una co-evolución, es decir, en una alianza con la gente. Es necesario avanzar hacia una nueva forma de hacer periodismo de calidad, con creatividad y lógica transmedia, adoptando una mentalidad divergente.

De esa manera, la convergencia implica una alteración procedimental en el hacer periodismo, donde toma protagonismo el periodismo colaborativo. Lo principal sigue siendo contar historias y debemos pensar creativamente e intentar quebrar las agendas que se imponen. De esta manera, se rompe el monopolio controlado de la información. Debemos pensar en géneros híbridos y en la búsqueda de horizontes no definidos, sin perder de vista el contenido y con el fin último de lograr una comunicación convergente hacia un cambio social.

PANEL: PRODUCCIÓN Y TRANSMISIÓN DE CONOCIMIENTO EN EL CAMPO COMUNICACIÓN/ EDUCACIÓN HOY

Panelistas: *Enrique Bambosi (FCC-UNC); Eva Da Porta (FCS,FA;FCC-UNC) Verónica Plaza Schafer*

Coordinación: *Diego Moreiras y Vanina Ares Bargas*

Facultad de Ciencias de la Comunicación-UNC

Se presentan a continuación algunas de las ideas centrales compartidas por los panelistas. Enrique Bambozzi: Inscribe la producción y difusión del campo de conocimiento de la comunicación y educación desde una construcción situada emergente de una línea de investigación que problematiza el trabajo con sujetos con trayectorias escolares discontinuas en contextos de vulnerabilidad.

Plantea la necesidad de construir discursos educativos y comunicacionales desde Latinoamérica con potencialidad comprensiva y transformadora entendiendo a la educación y comunicación en clave política y emancipadora. De la pregunta de la línea de investigación sobre qué prácticas reconocen los actores institucionales como democráticas y la inserción en dispositivos socio educativos que alojan y expulsan a jóvenes en situación de vulnerabilidad (jóvenes en contextos de privación de la libertad, entre

otros) se proponen algunos ejes estructurantes en la constitución del campo de la comunicación y educación como la habilitación de la palabra, la dimensión colectiva del sentido emancipador de la palabra, el lugar de lo político como clave interpretativa, la problematización de los discursos escolarizados, cuestiones relativas a la justicia educativa, la construcción de lo público, entre otras como así también la recuperación de la lectura de los clásicos (Freire, Kaplún, Huergo, Barbero, entre otros) desde estas nuevas claves interpretativas.

Eva Da Porta: Propone recuperar la línea latinoamericana de Com/Edu en la figura de Paulo Freire; antecedentes del campo, en las primeras experiencias y prácticas que fueron de intervención (en ellas, se pueden reconocer saberes académicos y saberes no académicos); un campo más habitado por comunicadores que por educadores.

Desde Kaplún volver a pensar las potencialidades dialógicas entre comunicación y educación: qué nos permite ver el cruce de ambos campos, que desde otro lugar no podríamos ver.

Fundamental la dimensión de lenguajes, vínculos (dimensión intersubjetiva), interpelación, materialidades, discursividades.

Por otro lado sigue siendo relevante pensar de qué manera los discursos mediáticos construyen pedagogía, sobre todo como docentes desde las escuelas.

La noción de tecnicidades, planteada por Martín Barbero y su potencia para pensar las prácticas con tecnologías desde perspectivas no instrumentales, y fundadas en una dimensión política.

Y finalmente, de qué modo durante casi una década el campo Com/Edu alcanzó otra escala, fue más allá de las prácticas y experiencias micro (donde nació y se hizo fuerte) a partir de un Estado que convirtió sus postulados en política pública. Esto habilitó un salto cualitativo y cuantitativo en el campo, que en los últimos cuatro años retrocedió y fue cercenado.

Verónica Plaza Schafer: ¿Qué nos dice el campo Com/Edu de las escuelas?

En primer lugar, desde el campo, asociar comunicación a producción cultural dentro de las escuelas: revisar en tanto objetos de investigación e intervención videos, redes sociales, medios de comunicación producidos en escuelas, pero últimamente también otros campos, como ESI o convivencia escolar.

Analizar las transformaciones derivadas de leyes y políticas educativas que llegan a las escuelas e investigar de qué modo alteran, tensionan y transforman las formas de lo escolar. Para esto, resulta central mirar las escuelas como espacios de producción y no sólo de reproducción. ¿Qué pasa con el sujeto de la experiencia escolar?

El campo nos invita a analizar la educación como procesos de interpelación y de apropiación: convocatorias a ser y hacer que los sujetos pueden aceptar o no, y que son (necesariamente) transformadas cuando las asumen

como propias.

La experiencia educativa, entonces, como resultado de los procesos de relación entre lo que se propone desde la escuela y el sujeto.

Concluye, por lo tanto, con la idea de la escuela como un espacio social fundamental para lo público.

PANEL: ESTUDIOS DE GÉNERO Y COMUNICACIÓN: CRUCES POSIBLES Y DEBATES NECESARIOS

Panelistas: *Carolina Justo von Lurzer (CONICET / UBA) Coordinadora del Programa de Actualización en Comunicación, Géneros y Sexualidades (PACGES/ UBA). Claudia Laudano (CONICET / UNLP) Profesora titular del Seminario Tecnologías Digitales y Feminismo (UNLP). Directora del proyecto “Apropiación feminista de Tics en Argentina”. Valeria Hasan (CONICET / UNCuyo) Docente investigadora sobre narrativas feministas, prácticas discursivas, análisis social y crítico del discurso y violencia mediática. Miembro de la Red PAR y de NiUnaMenos Mendoza.*

Coordinación: *Jimena Massa*

Facultad de Ciencias de la Comunicación-UNC

Las integrantes del panel caracterizaron el campo en el que confluyen los estudios de comunicación y de género, y coincidieron en la necesidad política y epistemológica de pensar la dimensión generizada de los discursos y prácticas sociales. No es suficiente, advirtieron, incorporar la perspectiva de género como un paradigma de crítica al sexismo imperante, y no alcanza con visibilizar al género como otra dimensión de la vida social. Es necesario, fundamentalmente, construir un nuevo modo - feminista - de producir conocimiento. Para contextualizar las articulaciones entre comunicación y género, trazaron una genealogía de los distintos momentos de intersección de estas dos áreas, partiendo de los primeros estudios sobre mujeres, medios y representaciones hasta llegar a las investigaciones enfocadas en los actuales movimientos de incidencia en torno a la violencia de género, los derechos sexuales / reproductivos y la prostitución y la trata. En el trabajo de historización, destacaron las políticas públicas argentinas que permitieron la sanción de leyes contra la violencia mediática y la alfabetización de las audiencias con perspectiva de derechos. Por otro lado, se puso en consideración la necesidad de pensar el actual fenómeno de masificación, popularización y mercantilización de las cuestiones de género para evaluar sus potencialidades y consecuencias, y predominó una clara reivindicación del activismo en general y del ciberfeminismo en particular para transitar el largo camino que resta recorrer hasta el desmantelamiento del androcentrismo. Así, hubo un

desarrollo específico sobre los modos de apropiación de las tecnologías de comunicación por parte de los movimientos de mujeres y feminismos, y un llamado a pensar a los medios como verdaderas tecnologías de género.

MESA REDONDA: DE LOS ACTIVISMOS A LAS AULAS: LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA FORMACIÓN DE LXS COMUNICADORXS SOCIALES

Panelistas: Silvia Elizalde (CONICET / UBA) Directora del Programa de Posgrado en Comunicación, Géneros y Sexualidades (PACGES/UBA). Investigadora en el Instituto Interdisciplinario de Estudios de Género (IIEGE/UBA). . Eva Rodríguez Agüero (UNCuyo) Titular del seminario “Género, Comunicación. Herramientas para leer y construir textualidades disidentes”. Directora del proyecto de Investigación “Comunicación y género. Intervenciones, producciones y estrategias ciberactivistas al calor de la “marea feminista” (Argentina, 2019-2020)”. Florencia Rovetto (CONICET / UNR / UNER) Secretaria de Género y Sexualidades y directora del Centro de Investigaciones Feministas y Estudios de Género de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la UNR. Integrante del colectivo Ni Una Menos Rosario y de la Red PAR.

Desde sus respectivas trayectorias como docentes e investigadoras feministas, las integrantes del panel analizaron los avances y las distintas estrategias institucionales para la incorporación de la perspectiva de género en los planes de estudio de las carreras de Comunicación de las universidades nacionales. Entre otras formas posibles, presentaron las primeras experiencias de inclusión de materias optativas con contenidos de género, diversidad y feminismos, hasta modalidades más actuales, que implican la participación del conjunto del claustro docente. En la Universidad Nacional de Rosario, por ejemplo, se conformó una comisión muy amplia para transversalizar la perspectiva y se construyó una herramienta para la evaluación de las materias de la carrera. Esta incluye un análisis de la integración de las cátedras en términos de las identidades de género, una evaluación de la bibliografía del programa y una valoración del conocimiento del equipo docente respecto de los aportes del feminismo a su respectiva área de estudio. Se trata de un trabajo de autoevaluación voluntaria por parte de cada cátedra, que se complementa con la creación de un banco de recursos bibliográficos y con capacitaciones docentes permanentes. En este sentido, destacaron el problema que implica la falta de formación entre quienes enseñan, que se suma a dos cuestiones preexistentes que dificultan la articulación de las dos áreas de saberes: la histórica

dispersión de los estudios de comunicación y la tendencia a la guetificación de los estudios de género. Además de las iniciativas puntuales, coincidieron en relación a la necesidad de construir saberes que, desde el campo de la Comunicación, puedan modificar el mundo en dirección a la igualdad de derechos y la erradicación de la violencia. Y también hubo un consenso generalizado respecto de que no se trata solo de los contenidos sino de gestar otras formas de hacer docencia, de producir conocimiento y de evaluar procesos.

PANEL: FORMACIÓN DE PERIODISTAS EN LA UNIVERSIDAD PÚBLICA

Panelistas: Esteban Zunino (docente, investigador) UNCuyo; Lucía Maina (Editora, periodista); Faustino Rizzi (Director, periodista); Javier De Pascuale (Director, periodista).

Coordinación: Maximiliano Bron (FCC-UNC), Gustavo Urenda (FCC-UNC), Tatiana Rodriguez Castagno (FCC-UNC)

Luego de la apertura realizada por los coordinadores del panel, tomó la palabra Esteban Zunino quien centró el eje del debate en la pregunta: “¿Qué periodismo estamos haciendo y en qué condiciones? Mostrando algunos resultados sobre investigaciones propias y pasando por diferentes ejes como los consumos públicos, la noticiabilidad versus el “hueco informativo”, destacó la gran crisis existente en los trabajadores de prensa sostenida por la crisis en el modelo de negocios y en el rol social del periodista que se ha desdibujado.

Por otra parte, y siguiendo la continuidad planteada, Faustino Rizzi remarcó la falta de reflexión acarreada por la falta de tiempos en las redacción, y en relación a los periodistas manifestó que “están muy metidos en la cosa diaria y no se llega a reflexionar sobre lo que se está haciendo”, además en este mismo sentido continuó su análisis en cuanto a los nuevos formatos y su relación con las nuevas modalidades de trabajo, la función social y el compromiso, haciendo hincapié en la necesidad de formación en autogestión en las facultades de comunicación para estas nuevas modalidades de características híbridas.

A continuación tomó la palabra la Magíster Lucía Maina quien destacó la profundidad teórica aportada por la universidad pública, además de remarcar la dualidad entre el periodismo como saber técnico versus periodismo como intelectualidad. En el mismo sentido destacó que “es imposible pensar la academia fuera de los saberes que se dan en el exterior de ella”. Como cierre, Maina apuntó a no ignorar las particularidades del

mercado y en poder pensar otro modelo de medios, con autogestión, creatividad e innovación.

Seguidamente, se dirigió al público el licenciado Javier De Pascuale quien focalizó sobre la necesidad de preparación para gestionar medios en contextos de incertidumbre, entendiendo que “hoy ya no hay mercado laboral” y remarcó que “uno debe autogestionar el mercado con proyectos”, siendo la universidad pública una cantera de oportunidades. Luego de la exposición de los panelistas se respondieron preguntas del público que se propuso profundizar en las reflexiones desarrolladas en la primera parte.

Para concluir, los moderadores realizaron un resumen de los puntos expuestos, destacando los acuerdos y coincidencias alcanzadas y los desafíos con los que se encuentra la universidad pública en la formación de periodistas, entre los que se encuentran: sostener la rigurosidad teórica, la formación en autogestión, la formulación de proyectos y la práctica multiplataforma y multisportes.

PANEL: DEMOCRACIA Y COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL

Pinceladas sobre la gestión de las conversaciones públicas

Panelistas:

Corina Echavarría Investigadora Adjunta del CONICET en el Centro de Investigaciones y Estudio sobre Cultura y Sociedad (CONICET y UNC). Investigadora Adjunta del Instituto de Investigación y Formación en Administración Pública (UNC). Miembro del Consejo Académico del Doctorado en Comunicación de la FCC-UNC. **Marcela Farre**. Directora de las carreras de Comunicación en la Universidad Blas Pascal. Profesora de Periodismo Audiovisual en el Colegio Universitario de Periodismo y en la Maestría en Gestión de Contenidos de la Universidad Austral. Miembro del comité editorial de la Revista de Relaciones Públicas de Argentina y la Revista de Comunicación de la Universidad Austral.

Cecilia Quevedo. Investigadora Asistente de CONICET en el Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad de la Universidad Nacional de Córdoba. Miembro del Programa Ideología, prácticas sociales y conflicto (CIECS-UNC) y del Grupo de Estudios Interdisciplinario sobre el Hábitat (GIEH-UNC).

Francisco Venturini. Profesor de Comunicación Política y Opinión Pública y comportamiento electoral en la

Universidad Siglo21. Ex director de comunicación de empresa nacional ARSAT. Asesor en comunicación de gobierno.

Coordinación: Corina Echavarría

CIECS, CONICET y UNC; FCC y FCS, UNC; FCPyRRII, UCC

Introducción

El debate en torno de la comunicación gubernamental pone en evidencia los límites difusos entre una rama y otra dentro del espacio de la comunicación política. Su problematización se remonta a los procesos de reforma del Estado, particularmente, en la última generación que incorpora en el centro de la agenda la *accountability* vertical, esto es, no sólo desarrollos en torno a la circulación de información dentro del sistema político para la eficiencia de la gestión pública, sino también orientada a la democratización de las decisiones y el control ciudadano. En este marco, los abordajes varían en torno de análisis e intervenciones que tensionan las estrategias de persuasión de los gobiernos y el derecho a la información de los ciudadanos (cf. ECHAVARRÍA-MAURIZZI, 2013).

Aunque, en términos generales, a la comunicación gubernamental se le adjudican funciones vinculadas a la reducción de las tensiones entre las demandas ciudadanas y las prioridades de la acción de los gobiernos. Con el correr del nuevo siglo ha dejado el asumir un carácter meramente instrumental, orientado a la construcción de la adhesión social a lo planificado/decidido, que caracterizaba una lectura democráticamente deficitaria de los procesos de construcción de los consensos que fundan la aceptabilidad racional del orden, de las normas (de las políticas urbanas).

En este trabajo, entonces, comparto algunas reflexiones entono del panel “Democracia y Comunicación Gubernamental”, donde conversamos sobre las pretensiones democráticas de la comunicación gubernamental, del diálogo público asociado a la construcción de las decisiones públicas. Esto es, las porosas relaciones en la comunicación democrática, entre lo electoral y la gestión.

Pinceladas sobre una conversación

En principio, la mirada se centró en carácter bidireccional de la comunicación, en el diálogo que se opone al monólogo que representa la publicidad de la agenda de gobierno. Las premisas del trabajo conjunto del panel, entonces, se asentaron en una perspectiva dialógica de la comunicación gubernamental, para distinguirla claramente de una mirada que, como propuesta unidireccional, omite a la “audiencia” -que se quiere gobernar- en la construcción de la agenda pública. En tal sentido, los análisis ponen de relieve no sólo cómo informan los Gobiernos sobre sus acciones y sino también

cómo los ciudadanos (o los públicos) reciben, recuperan y responden a esas emisiones como parte integrante del proceso comunicativo, esto es, pensar la comunicación gubernamental como “gestión de conversaciones” (*sic*, Farré).

En este marco, fueron puestas en perspectiva las prescripciones sobre los contenidos y prácticas de la comunicación de los gobiernos que se orientan, fundamentalmente, a posicionar al gestor a través de sus obras (a manera de autopromoción de un “star” en un *reality show* asociado a su agenda cotidiana) y se focalizan en su popularidad (evidenciada en la conectividad de los *likes*, que es lo cuantificable), es decir, en mantener los niveles de apoyo obtenidos en las elecciones que lo llevaron a ocupar el cargo, más que en promover el acceso a la información para la construcción pública de los problemas de gobierno, en el establecimiento de lo que se denomina una “campaña permanente” (Gerstlé, 2005). Así las cosas, el desafío de los comunicadores parecería restringirse a la gestión de la “visibilidad”, cuando en contextos de convergencia mediática la imagen del político y los sentidos pretendidos de la política pública escapan al control de los equipos de comunicación (cf. Thompsom, 2005).

Además se destacó que, estas miradas unidireccionales recuperan al ciudadano como una “entelequia” obturando el intercambio con otras agendas presentes en la diversidad y complejidad del espacio público. En nuevas y contemporáneas versiones de “perfilado” favorecido por el desarrollo tecnológico, la comunicación de gobierno trabaja en la anticipación de las demandas y fragmentación de los públicos, evadiendo tanto la explicitación del conflicto y las contradicciones que caracterizan el debate público y la gestión de lo común, como la experiencia de prohibición e inclusive de coacción de los gobiernos (cf. Mattelart & Vitalis, 2015). Por otro lado, aún en el marco de la extrema visibilidad y tiranía de la imagen, en el que se ejerce el poder en los diferentes niveles de gobierno, se (re)significa el discurso de la transparencia, que pasa de la preocupación por la solidez fiscal a la construcción de vínculos de confianza en un contexto de crisis de los vínculos de representación. De lo que se trata, como ya señalaba Thompson (2005), es de la centralidad que adquiere la credibilidad, la “confianza política” en los gobernantes, cuando los vínculos ideológicos, hasta normativos se han vuelto relativos. La hoja de vida de los individuos se expone en portales de transparencia como garantía de las promesas de gobierno, como prueba de proximidad e identidad con el representado/gobernado. Las preguntas que desde una perspectiva crítica de la democracia se imponen son: ¿para quién se escenifica? ¿quiénes y qué es lo que se queda afuera de la imagen que ordena la conversación de los gobiernos?

Se hace necesario historizar la novedad de estos entornos mediados, particularmente de las ofertas

y potencialidades de los paquetes tecnológicos en la administración pública, que desplazan en el debate la preocupación por la indagación sobre la comunicación directa o “cara-a-cara” de las políticas públicas y, fundamentalmente, en las práctica dislocan al destinatario (ocasionalmente, interlocutor) del mensaje. Ponemos seguir preguntándonos, ¿por qué canales fluye la comunicación sobre lo común, lo colectivo?, así como también considerar que la copresencia, como condición de posibilidad de las “conversaciones” públicas en las que los ciudadanos ejercen su derecho a voz, nos permitiría evidenciar los límites de las interacciones mediadas por las diversas plataformas de gobierno abierto donde la participación es una dimensión constitutiva e identificar el “circuito de gratificaciones” (*sic*, Quevedo) y/o legitimaciones en el que dichas propuestas se instalan. De esta manera, el tema nos sitúa claramente en el marco de las fronteras que las contingencias de nuestras democracias le imponen al debate público, particularmente, en la gestión de las conversaciones que sustentan la legitimidad de las acciones públicas, donde la pretendida eficacia política pareciera ganarle terreno a la normatividad democrática y situarnos en el reino de lo posible, abandonando la discusión de los criterios de justicia que fundamentan las decisiones.

Bibliografía citada

- Echavarría, C.; Maurizzi, V. (2013). La comunicación gubernamental: ¿herramienta para la legitimación de políticas o condición de posibilidad de la participación ciudadana? En: VALDÉS y MORALES (comp) *Industrias culturales, medios y públicos: de la recepción a la apropiación*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba, 2013.
- Gastil, J. (2008) *Political communication and deliberation*. California: SAGE.
- Gerstlé, J. (2005) *La comunicación política*. Lom. Santiago de Chile.
- Mattelart, A; Vitalis, A. (2015) *De Orwell al cibercontrol*. Barcelona: Gedisa.
- Thompsom, J.B. (2005) La nueva visibilidad. En: *Papers Revista de Sociología*, 78, pp 11-29.

PANEL: LEGISLACIÓN DE LA COMUNICACIÓN: DERECHO A LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Panelistas: Daniel Koci (FCC), Henoch Aguiar; Martín Becerra (UBA-UNQ)

Coordinación: Marilyn Alaniz

Facultad de Ciencias de la Comunicación-UNC

En la jornada de Enacom del jueves 5/10, el Auditorio

estuvo colmado de asistentes a la espera de las reflexiones sobre las políticas de comunicación de la década precedente, los considerandos sobre el derecho a la información y la libertad de expresión en Argentina, y recomendaciones acerca de posibles/futuras regulaciones en el sector de las telecomunicaciones y la esfera digital. En un primer momento, la docente Marilyn Alaniz presentó el espacio de la Economía Política de la Comunicación (EPC) y los estudios sobre medios, política y sociedad con el propósito de construir desde la FCC un grupo de estudio e investigación radicado bajo la forma de un Programa que nuclea varios proyectos y temáticas afines.

Así nació el Programa radicado en el CIPECO denominado *Economía política de la comunicación y la cultura: comunicación comunitaria, trabajo y autogestión, redes y políticas estatales de comunicación. Una perspectiva situada en América Latina*, en acuerdo con tres grandes líneas teóricas, a las que se aspira aportar desde Córdoba. Se refirió a las tres líneas en las que ha de trabajar el proyecto y en las derivaciones prácticas locales.

a) El desarrollo de las telecomunicaciones y las nuevas formas digitales de interacción en el espacio público. Estudios sobre la cultura y las diferentes modalidades de producción, distribución, circulación y consumo de productos culturales y contenidos que hoy conforman el espacio público social.

b) Las lógicas económicas que dan sentido al desarrollo del capital y los procesos laborales que protagonizan trabajadores asalariados de medios tradicionales, trabajadores autogestionados de redes y medios comunitarios y alternativos; y productores de contenidos que emiten e interactúan por las redes narrativas diversas de algunas organizaciones.

c) El papel del Estado, las políticas públicas y la posición de las organizaciones sociales y sindicales ante la promoción, regulación e implementación de políticas de comunicación y cultura.

Presentación de panelistas

Martín Becerra es Profesor Titular de las Universidades nacionales de Quilmes y Buenos Aires (Argentina) e Investigador independiente en el CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas, Argentina). Doctor y Magister en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona, es autor de libros y artículos sobre políticas de comunicación. Edita el blog Quipu, donde publica sobre temas de medios y tecnologías de la comunicación.

Daniel Koci es abogado y Doctor de Ciencias de la Información. Actualmente se desempeña como secretario de Legal y técnica de la FCC, y es profesor regular de la FCC en la asignatura derecho de la Información, así

como docente en la Facultad de derecho de la UNC y en la UNVM.

Henoch Aguiar, es abogado, diplomado en Economía y Finanzas por el Instituto de Estudios Políticos de París y Máster en dirección de empresas del IAE. Es profesor titular, desde 1989, en la carrera de comunicación social de la UBA, y ha desempeñado numerosos cargos públicos en torno a las comunicaciones entre los años 1985 a 2004. Actualmente es vicepresidente de ARSAT y miembro de la Comisión Redactora del proyecto de Ley de Actualización y unificación de la LSCA y Ley Argentina Digital.

Con relación a lo planteado en el panel, el primer expositor Martín Becerra hizo una síntesis histórica del recorrido de la noción de Libertad de Expresión (LE) partiendo de reconocer que “hoy cuesta encontrar sectores sociales que sean partidarios del recorte a la LE, no hay discursos visibles favorables a la censura”. Y agregó que la diferencia se presenta “cuando se trata de explicar que la LE es un recurso central para construir mejoras en nuestra calidad de vida”.

Respecto al registro histórico, el especialista reseña hitos constitutivos en el acceso al derecho a la palabra: 1983 y el retorno democrático, 1989 cuando empieza el proceso de concentración de medios, y aparecen en la escena dos grandes grupos Clarín y Telefónica; 1999 cuando mediante decreto se regula la constitución de redes, la Ley de Bienes Culturales en 2003, en 2004 las prórrogas de las licencias de TV; en 2007 la fusión de Multicanal y Cablevisión hasta llegar a 2009 con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que según sus palabras fue el fruto de “consensos laboriosos de una década”. Finalmente mencionó las políticas de comunicación bajo la etapa de gobierno de Mauricio Macri, a las que calificó de políticas activas, llegando incluso a la creación de un Ministerio específico para el área. A su criterio, el sector de las telecomunicaciones se ha concentrado aún más y las políticas favorables a constituir al Grupo Clarín como el gran operador del cuádruple servicio han sido las medidas más polémicas. Para Becerra, no se debe escindir el tratamiento político para la información, la comunicación y la cultura por debajo o a la baja de políticas de estricto orden económico. Considera que el mercado no es el que tiene que proveer de mayor acceso a la cultura y a la comunicación, sino que es el Estado el que tiene que hacer esto. La agenda de la comunicación y las TICs es la que marca la agenda de acceso de los argentinos a los derechos a la Comunicación y la cultura.

A su momento, Daniel Koci, se explayó sobre la dimensión normativa y advirtió que una de las medidas del actual gobierno ha sido desconocer la LSCA y el paradigma del derecho a la comunicación, la información como derecho humano y de carácter público. Asimismo hizo

consideraciones sobre los instrumentos regulatorios y sobre el rol de la intervención del Estado para administrar un bien público, que tiene como objetivo el de achicar brechas culturales y de acceso digital.

Por último, Henoch Aguiar advirtió sobre los desafíos y el peligro que se cierne en el futuro, y es “el de un monstruo que se devora la Comunicación y la Cultura”. Haciendo referencia al Big data, plantea que hay un cambio en el eje del poder. Menciona el poder de la inteligencia artificial y la capacidad de las computadoras de aprender y sacar ejemplos lógicos. El mundo de los algoritmos tiene efectos poderosos. Deja un interrogante a modo de reflexión final, ¿cómo defender la comunicación, los contenidos, y las personas que se comunican, en este escenario de datos y más datos?

VISIONADO Y CONVERSATORIO “AUDIOVISUALES PRODUCIDOS DESDE LA UNIVERSIDAD: SU VALOR CULTURAL E IDENTITARIO”

A partir del trabajo realizado en la última década, tanto desde proyectos de extensión como de investigación¹ y docencia -en la cátedra Narración Televisiva I de la licenciatura en Comunicación social (FCC-UNC)-, propusimos desarrollar un conversatorio² con el propósito de visionar, reflexionar y debatir acerca de las narrativas audiovisuales producidas desde la Universidad pública consideradas como emergentes simbólicos.

El disparador de la actividad apuntó a valorizar aquellas producciones que se realizan en el ámbito universitario abarcando, de este modo, a todo aquello que es producido por los diferentes actores que se vinculan de algún modo

1 Proyecto de Investigación Consolidar Tipo III. “Narrativas audiovisuales emergentes desde la universidad pública”. Aprobado y subsidiado por SECyT, Directora: Mariela Parisi, Co-Directora: Vanina Ramé. Programa de Investigación: “Dilemáticos vínculos en el mundo del trabajo y la cultura: resistencias y potencias de la (auto) gestión en ámbitos laborales y político-culturales”. Directora: Nidia Abatedaga y Proyecto de Extensión desde las Cátedras “Relatos Relatados”.

2 La actividad estuvo organizada por las profesoras: Mariela Lucrecia Parisi, Vanina Ramé, Ximena Cabral, Josefina Petrolí, la adscripta Isabel Minchacha y los docentes y documentalistas María Elena Ferreyra y Mauro Beccaría. Entre las producciones que se proyectaron se incluyó a “La Toma”, documental ganador del concurso Proyectos de realización audiovisual de la UNC en el año 2017, con motivo del centenario de la Reforma Universitaria. Se trata de una producción íntegramente realizada por estudiantes, docentes y egresados de la FCC UNC quienes participaron activamente en todos los procesos realizativos asumiendo roles de productores y actores. El documental puede verse a través del siguiente link: <https://www.youtube.com/watch?v=NfRd9xiJCC4>.

con la universidad; agrupamiento en el cual incluimos a docentes, estudiantes, egresados y profesionales de la comunicación que tienen participación en narrativas que surgen a partir del trabajo áulico en cátedras o actividades de extensión e investigación de la FCC.

Entre las líneas que se compartieron en el panel, pudimos consensuar en que la universidad por definición es diversa y en esta diversidad encontramos algunos aspectos en común que podemos llamar rasgos identitarios y atributos que son afines a las culturas y experiencias que conviven en el marco académico, conformando de este modo, aquello que la especialista en educación Sandra Carli llama “vida universitaria” (Carli, 2012).

Las narrativas como construcción identitaria y cultural A partir de las conceptualizaciones expuestas acordamos en vincular “lo cultural” a aquellas prácticas, creencias y significaciones duraderas en el tiempo y que están muy arraigadas en un colectivo social. Y también nos referimos a “lo identitario” como aquellos sentimientos de pertenencia que pueden existir en colectivos o agrupamientos donde se comparten intereses similares (Grimson, 2011).

A la luz de estos conceptos, dimos cuenta que el análisis de las producciones audiovisuales permite hallar algunas observaciones en referencia a estos rasgos identitarios y culturales. Coincidimos en considerar que en la selección temática, de los encuadres, en todas las decisiones que participan en el equipo de producción, encontramos rasgos identitarios de los realizadores. Hablamos de una manera particular de mirar la realidad y esa particular mirada de la realidad social nos estimula sentimientos de pertenencia, nos impactan en nuestras identificaciones a un colectivo.

Las producciones desde el ámbito universitario están emparentadas con algunos rasgos identitarios que podemos encontrar en común y están vinculadas con aquellas maneras de mirar y representar el mundo con un sello particular distintivo.

Pensar en las producciones que se realizan en el escenario académico, implica pensarlos desde una dimensión escópica, es decir, a partir del régimen contemporáneo que nos atraviesa y que coloca a lo audiovisual en un lugar supremo donde aquello que se mira o lo que se ve es una parte fundamental de nuestra cultura. Concebimos la mirada y el interés por mostrar como aquello que tenemos en común como comunidad, más allá de lo universitario.

El lenguaje audiovisual en sus múltiples dimensiones contiene el potencial de permitir la visibilización de las problemáticas sociales, la reflexión sobre la propia realidad, la producción de sentido y socialización del mismo. Observamos que una de las funciones más importantes de la cultura contemporánea es la capacidad de producir sentidos a través de la emergencia y circulación de los discursos, compuestos por una pluralidad de materias significantes (Parisi, 2015). Bajo estas premisas,

consensuamos en que mostrar las producciones audiovisuales universitarias es responsabilidad de las propias instituciones desde las cuales emergen y que institucionalmente, visibiliza a las universidades dando a conocer la labor que se desarrolla en las aulas; hecho que ofrece una vinculación extensionista entre la universidad y la comunidad.

Re-pensar nuestras prácticas áulicas en su dimensión performática, podemos pensar el audiovisual como una forma de proyectar nuestros propios pensamientos, es decir el pensamiento de los actores que nos vinculamos con la universidad acerca del mundo que nos rodean y que nos contiene.

El análisis de las producciones audiovisuales sobretodo de sus narrativas nos posibilita también significarlas como una excusa para re-pensar nuestras prácticas pedagógicas.

Desde nuestro rol como docentes, es importante pensar el aula como una zona intermedia, como un intersticio entre lo que los estudiantes son en su rol de aprendices y lo que quieren llegar a ser como comunicadores audiovisuales. Este hecho posibilita dos cuestiones: en primer lugar, desde el plano del contenido instaura maneras de pensar y significar al mundo y también, desde el plano profesional, permite la experimentación y ensayo de los futuros profesionales quienes encuentran en los ejercicios áulicos, prácticas para su futuro profesional cercano. Estas narrativas audiovisuales surgen de un entramado simbólico que vincula no solamente los tramados institucionales sino también procesos colectivos y subjetivos.

Recuperar los saberes que surgen de los trabajos áulicos permite acceder a cuestiones con las que los estudiantes están familiarizados y a partir de las cuales asumir modos singulares de vinculación con los medios audiovisuales e internet. Estas expresiones marcan una adscripción de época y posibilitan la gestación de maneras de comunicar a partir de las narrativas de la subjetividad (Arfuch, 2010) de los estudiantes. Relatos que parten desde sus propias maneras de decir, mostrar y mirar el mundo y a partir de las cuales se proyectan a narrativas comunitarias que trascienden el ámbito educativo para permear en lo colectivo y social.

Concluimos que propiciar actividades colectivas incluyendo tanto a estudiantes, como docentes y egresados y que promover la producción creativa en las universidades públicas permite, no solo vincular distintas modalidades de trabajo y disciplinas; sino que también es un modo de interpelar la realidad a partir de diferentes perspectivas actualizando las formas narrativas desde nuevos marcos de referencia. Se trata de asistir a las demandas sociales entendiendo que la defensa de los derechos humanos, las identidades no binarias, las minorías, el cuidado del ambiente y la perspectiva de género constituyen la plataforma para construir miradas críticas, inclusivas y transformadoras acerca del modo en

que vemos y narramos el mundo.

Bibliografía

- Arfuch, L. (2010). El espacio biográfico. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Carli, S. (2012) El estudiante universitario. Hacia una historia del presente de la educación pública. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Grimson, A. (2011). Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- Parisi, M. (2015). Nuevas miradas en la pantalla. Consolidación del Documental desde el espacio universitario. (Córdoba, 2001-2011). Córdoba: Ferreyra Editor.



EJE N°1



Comunicación Comunitaria

LOS LÍMITES DE LA PARTICIPACIÓN EN LA EXTENSIÓN. RELATOS DE UNA PRÁCTICA PROFESIONAL

Barbeito, Azul

UNViMe - UNRC /azulbarbeito@gmail.com

Palabras claves: comunicación y desarrollo; extensión; participación; INTA

Esta presentación da cuenta de una Práctica Profesional en Comunicación Institucional y Desarrollo realizada en el Programa Pro Huerta-INTA Río Cuarto. La intervención se estructura en torno de la necesidad -puesta de manifiesto por los responsables del Programa, en sintonía con los lineamientos institucionales- de comenzar a implementar estrategias participativas de comunicación.

Como parte de nuestros objetivos, partimos de reconocer que la participación es un tema/problema complejo que merece ser problematizado en términos de sus alcances y límites, en particular, para el campo de la extensión rural. Concomitantemente a esta discusión conceptual, analizamos una serie de Programas y Proyectos haciendo especial hincapié en las estrategias y modalidades de comunicación empleadas.

Inicialmente, trabajamos en torno de la noción de participación despojándola de los mitos que la rodean y contextualizando su uso en el ámbito de la extensión rural.

Cuando se habla de “participación”, advierte Cimadevilla (2010:55), en general se supone que los interlocutores le asignan al término un significado semejante, una carga de valor positiva que se comparten y que no precisan de mayores aclaraciones. “La participación está lejos de ser un proceso armónico de integración de las partes en un todo mayor”, es más, puede adquirir significados muy diversos tales como: “manipulación, consulta, divulgación de información, delegación de poder en grupos y el completo control comunitario” sostiene Montero (1996:4).

Siguiendo los aportes de Ferullo de Parajon (2006)

advertimos que en general, frente a la participación predomina la “idealización”. Esto es, se la define como una práctica que solo produce los “buenos” efectos buscados, generalizando y reafirmando su positividad. Frente a la idealización, aparece la opción de la “desmitificación” que toma en cuenta los alcances, pero también los límites de todo proceso participativo. En ese marco, hallamos por un lado una dimensión amplia que refiere a los factores socioculturales vigentes que condicionan la participación como por ejemplo las pautas culturales de participación que inciden en su aprendizaje, las contradicciones propias del poder, entre otras; por otro lado, una dimensión restringida que incluye recomendaciones que pueden ser útiles en el momento de la intervención, como por ejemplo el hecho de que las metodologías participativas requieren más tiempo que otros tipos de intervenciones.

En el ámbito de la *extensión rural* “(...) la aplicabilidad concreta del *participare* parece estar sesgado por las propias (des)formaciones de las teorías y prácticas existentes de la disciplina de la *extensión rural*” (Thorton, 2010:37). En este particular escenario, la participación aparece atravesada por los contextos socio-históricos y los momentos institucionales, las relaciones técnicos/beneficiarios, los objetivos de los programas que se denominan “participativos”, las tensiones y dificultades propias de toda acción humana.

A la hora de pensar la participación en las prácticas de extensión rural, advertimos que hay distintas formas de conceptualizar dicha relación. En el marco de nuestra Práctica realizamos un repaso general por algunos autores claves de la comunicación para el desarrollo (Servaes 2000, Waisbord 2001, entre otros). Puntualmente recuperamos los aportes de Freire (1973), Caporal (1998) y Castro (2003).

Freire contrapone la extensión a la comunicación, y sostiene que la primera se relaciona significativamente con nociones como: *transmisión, entrega, donación, mesianismo, mecanicismo, invasión cultural, manipulación, persuasión, propaganda, etc.* (1973:20). Por su parte, Caporal dirá que la extensión coexisten varias ideas: “La noción de ayuda a alguien, la noción de educación de alguien, tal como la idea de comunicación de algo a alguien están siempre presentes” (1998:41). El tercero, Castro (2003), sostiene que podemos entender la extensión como participación; como servicio o como intervención. En cada caso los técnicos reproducen una relación diferente con los sujetos, lo que nos permite decir que a cada modelo de extensión le corresponde una forma de entender a la participación. En definitiva, la palabra extensión se constituye en un eje para la disputas de sentido, que acarrea un posicionamiento político, porque al fin y al cabo es una lucha de poder.

Cuando nos referimos al ámbito de la extensión en Argentina, el INTA es la referencia principal (...) “por la

continuidad de su accionar, la magnitud de su compromiso con el desarrollo, la amplitud de su cobertura territorial y la experiencia adquirida fue sintetizando la visión del sector público nacional sobre la extensión y el desarrollo rural” (Alemany, 2003:3). En la actualidad existe el deseo institucional de virar hacia una extensión participativa, lo que desemboca en un escenario complejo, ya que dialoga con las visiones anteriores de la extensión rural. Todo esto se traduce en disputas de sentido y puede suponer un nuevo momento en la historia del INTA.

En el marco de nuestra Práctica Profesional realizamos una revisión y análisis de cinco proyectos 2016/2017 exclusivos del programa Pro Huerta, oportunamente aprobados y cuyas temáticas giraban alrededor de: huerta agroecológica, intensificación y diversificación de la producción primaria, comercialización para producción local, para cooperativa y para la Agricultura Familiar. Este análisis evidenció la distancia que existe entre la enunciación del enfoque participativo y la posibilidad real de llevarlo a cabo, lo que da cuenta que la participación es todo un tema/problema en términos comunicacionales que abre un enorme desafío profesional a los profesionales para generar mecanismos y procedimientos que garanticen la expresión e incidencia de todas las partes en los procesos de toma de decisiones que les afectan. Los proyectos responden mayoritariamente a modelos exógenos de extensión, donde el emisor (en este caso, los técnicos responsables) define de manera casi omnipotente y unilateral las situaciones problema y las consiguientes propuestas de solución. Se reconoce la capacidad del receptor para visualizar su problema pero se considera que la institución es responsable y único vehículo para su resolución.

Asimismo, observamos que la relación problema/solución en general queda circunscripta a la falta de tecnologías o capacitación por parte de los beneficiarios del programa. Generalmente, las acciones comunicacionales que se proponen se reducen a la incorporación de tecnologías y equipamientos asumiéndose implícitamente que la sola innovación tecnológica traerá los cambios anhelados.

En términos generales, se tiende a desconocer a los receptores en tanto que sujetos con capacidad de agencia poseedores de saberes, habilidades y experiencias susceptibles de recuperarse y potenciarse. Terminan siendo meros depositarios de las propuestas que realizan los técnicos-expertos, no promoviendo procesos de diálogo e intercambio, aprendizajes mutuos y apropiaciones activas de las soluciones a implementar. Como se puede ver en uno de los proyectos relacionado con la comercialización donde entre los objetivos de la mesa de articulación se describe la necesidad de que sus miembros participen. Sin embargo, más allá del plano de lo deseable, los mensajes y medios a utilizar terminan siendo definidos de manera relativamente vertical por

los encargados del proyecto, quienes definen los ejes que los feriantes abordan en los diferentes productos comunicacionales presentados por la agencia.

Todo esto no significa que sea imposible mejorar las estrategias de comunicación haciéndolas más participativas, sino más bien reconocer que en el ámbito de la extensión la participación de los beneficiarios tiene límites. Límites que vienen dados por las propias exigencias y competencias de la institución (su historia, los lineamientos de época, etc.), las condiciones concretas que circunscriben las intervenciones y actividades (recursos disponibles, tiempos, etc.), las ideas de desarrollo que dan impulso a los proyectos (más o menos complejos), el contexto político y social donde se produjeron y se reproducen estas formas de trabajar la extensión, entre otras variables.

Para habilitar más y mejores espacios de participación en el ámbito de la extensión, una alternativa puede ser comenzar a pensar la participación como proceso complejo, situado y polisémico. La participación no sucede en el vacío; se despliega en determinadas condiciones sociohistóricas y va siendo atravesada por múltiples factores (personales, institucionales, etc.) que operan como facilitadores y/o inhibidores. Por su complejidad, la participación puede ser abordada desde un enfoque multidimensional atento a las ideas, prácticas, saberes, sentires que resultan fundantes y configurantes de las significaciones asignadas por los respectivos actores en juego. Significaciones, por cierto, que no resultan necesaria e inexorablemente coincidentes, y que es necesario reconocer.

En este sentido, y dando continuidad a la experiencia desplegada, es que en el marco del Trabajo Final de Licenciatura nos abocaremos a conocer las significaciones que los diferentes actores protagonistas del Programa Pro-Huerta asignan a la participación, buscando identificar acuerdos y desacuerdos de sentido que, entendemos, resultan claves para (re)pensar los cambios anhelados por la institución y sus condiciones de viabilidad.

Bibliografía

- Alemany, C. (2003). Apuntes para la construcción de los períodos históricos de la Extensión Rural del INTA. *La extensión rural en debate: Concepciones, retrospectivas, cambios y estrategias para el Mercosur*. Argentina: INTA ediciones.
- Caporal, F. (1998). La extensión agraria del sector público ante los desafíos del desarrollo sostenible: el caso de Rio Grande do Sul, Brasil (Doctoral dissertation, Universidad de Córdoba).
- Castro, E. (2003). El punto de inserción. En R. Thorton;

G. Cimadevilla (editores). La extensión rural en debate. Concepciones, retrospectivas, cambios y estrategias para el MERCOSUR, Ed. INTA, Buenos Aires.

Cimadevilla, G. (2010). Dialéctica de la participación. En Usos y abusos del participare. Base 1 servicios gráficos. Argentina. Pág. 55-66.

Ferullo de Parajón, A. (2006). El triángulo de las tres “p”: psicología, participación y poder. Buenos Aires: Edit. Paidós.

Freire, P. (1973). ¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural. Siglo XXI. México.

Montero, M. (1996) La participación: significado, alcance y límites. En: Hernández, E. Participación: ámbitos, retos y perspectivas. Caracas: Ediciones CESAP.

Thornton, R. (2010). Participación ¿La nueva tiranía en procesos de extensión rural? En Usos y abusos del participare. Base 1 servicios gráficos. Argentina. Pág. 35-54.

procesos de democratización cultural?

Con el neoliberalismo progresivamente cobrando fuerzas desde los años noventa, el panorama cultural argentino muestra una tendencia melancólica que inhibe procesos colectivos hacia la movilización de lo subalterno. Sin embargo al final del milenio, nuevos movimientos sociales empezaron a reclamar por el poder cívico, comenzando, consecuentemente, con un proceso de descolonización epistemológica a través del cuestionamiento de las formas presentes de representación política e intelectual (Moulian, 2002). Esta es la situación compleja en la que, para la segunda mitad de la década del noventa, emergieron los nuevos movimientos sociales a favor de la recuperación del poder cívico. A pesar de la diversidad de sus reclamos, estos grupos coinciden en enfrentar las lógicas del mercado, que presentan las medidas económicas neoliberales y sus correspondientes prácticas sociales como fuerzas objetivas totalmente independientes a la voluntad humana (T. Moulian, 2002). Fuerzas que al cabo del proceso de consolidación de la regla neoliberal habían dejado a los ciudadanos convertidos en meros consumidores (García Canclini, 1995). La historia de estos movimientos nos lleva a comprender que el modo de recuperar el estatus legítimo de los ciudadanos involucra un trabajo que se distancie del proceso discursivo que nos ha convertido en consumidores y con ello en individuos solitarios y egoístas. Así, este proceso de re apropiación social de la arena pública-política se vuelve efectivo cuando los actores sociales están en diferencia con las formas de gobierno institucional, llevando a cabo una democracia directa a la vez que eligen ignorar las condiciones de las agencias productoras de hegemonía. Partiendo de estas circunstancias renovadas, surgen formas de lucha no tradicionales que eligen exhibir la senda de experiencias personales y colectivas a través de discursos y superficies de inscripción menos totalizadores (H. Herlinghaus, 2004).

Una de estas superficies es el lenguaje artístico, por su capacidad de disputar simbólicamente el sentido hegemónico de la Historia, las tradiciones y los valores desde una re narración alternativa. En este marco de producción, el cine amateur, semi profesional y comunitario en formatos digitales se está gestando como un ingrediente activo de la re-narración que es simultáneamente ideológico y utópico. Este es el caso del cine comunitario cordobés, porque sus historias disputan narrativas oficiales desde nuevas dinámicas colectivas; esto es, desde un sistema simbólico renovado que puede interactuar con nuestro “inconsciente político” (F. Jamesson, 1981). En otras palabras, estas narrativas permiten la interacción con áreas del lenguaje y de la construcción de lo real que no han sido afectadas por el mito individualista del capitalismo (F. Jamesson 1981).

CINE COMUNITARIO CORDOBÉS Y DEMOCRATIZACIÓN DEL ESPACIO CULTURAL

Grosman, Carla

UNC/ grosman-smith@hotmail.com

Vidal, Elizabeth Vidal

UNC / elizabeth.vidal@unc.edu.ar

La presente ponencia en co-autoría propone ensayar respuestas a las siguientes preguntas: ¿Cuál es el rol del cine comunitario amateur argentino dentro de los procesos nacionales de democratización cultural? ¿Podríamos afirmar que el lenguaje simbólico y las sinergias socio-culturales que el cine comunitario pone en marcha, posean un rol performativo capaz de ejemplificar una contestación a las dinámicas reproductivas del neoliberalismo en argentina? ¿Cuál es el principal debate entre los productores del cine comunitario cordobés en torno a sus condiciones de producción-recepción y como esto afecta sus posibilidades de injerencia en los

En el marco de este interés emergente en discursos auto-representativos, lo que se vuelve imperativo es garantizar la democratización de la media (a nivel legal y de acceso tecnológico).

En Argentina, como en la mayoría de Latinoamérica, una política monopolista consistiendo de elites gobernantes y dueños de medios ha dictado políticas a lo largo de la mayoría del siglo pasado. Con escasa participación de la sociedad civil en el proceso de toma de decisiones o participación directa de los medios, el control sobre los medios del país ha estado en mano de compañías con fines de lucro o bajo control estricto del estado. Un convenio entre el estado y actores del mercado significaba que la prensa muy pocas veces antagonizaría al estado. En cambio, los políticos por lo general aprovechaban este mercado del medio oligopolista fácilmente manipulable para asegurarse cobertura favorable. Sin embargo, la elección de Néstor Kirchner en 2003 trajo consigo una nueva sensación de posibilidades para grupos que habían sido ignorados por mucho tiempo.

En este marco la “Coalición por una Radiodifusión Democrática” agrupó a diversos sectores de la sociedad civil que consistía de emisoras comunales, grupos de derechos humanos, sindicatos de prensa, asociaciones vecinales, y académicos, entre otros, abogados a reformar la existente ley de medios por considerarla una reliquia de la última dictadura, indeseable y discriminatoria. Su apoyo a lo largo del país le dio legitimidad popular al proyecto y esto estimuló la noción de la comunicación como un derecho humano en el sentido común (Mauersberger, C., 2012)” y llevó a la aprobación de una Nueva Ley de Medios basada en los 21 principios que habían sido redactados colectivamente y que presentaba cambios radicales a la esfera mediática del país; limitando la propiedad de grandes grupos corporativos y garantizando el espacio de transmisión para organizaciones sin fines de lucro (Liotti, 2014). Por ejemplo el artículo 97 de la ley estipula que el 10% de los impuestos recogidos por los titulares de licencias serán asignadas a “proyectos audiovisuales especiales y apoyo comunal, fronterizo y servicios audiovisuales para pueblos originarios, con un foco particular en la cooperación en proyectos digitales” (Kitzberger, P., 2017). A partir de este momento la producción cinematográfica independiente se vio beneficiada por la ley al igual que la televisión, que tomó un enfoque más pluralista e intercultural a su contenido

Lamentablemente como una gran parte de la elite política Argentina aún cree en la comodidad de los medios dominantes para ahondar en sus programas políticos La ley de medios debía ser vetada. Así es como el grupo económico Clarín, junto con otras agencias aliadas tales como el diario “La Nación” facilitaron la elección de un gobierno centro-derechista en Diciembre de 2015. Unas

semanas luego de asumir el mando, el nuevo presidente Mauricio Macri libero varios decretos que revocaron el núcleo de la reforma de la ley de medios de 2009 a través del movimiento de la mayoría de las provisiones de la ley que restringía la concentración de propiedad mediática, a pesar de haber sido considerado constitucional por la Corte Suprema de Justicia en 2013. Diha modificación levantó completamente cualquier límite de audiencia, números de licencias y todas las obligaciones inherentes. Los decretos eliminaron obligaciones de servicio público para emisoras tratando las licencias como productos básicos del mercado, expulsó representantes de la sociedad civil de las agencias reguladoras y creó una nueva autoridad dependiente del poder ejecutivo. Esta inversión de la política ha sido justificada retóricamente pretendiendo que constituya el punto final de las políticas populistas para frenar el “periodismo independiente” y el comienzo de un nuevo marco de trabajo permitiendo la modernización y convergencia digital. Además de este retraso en un país que funcionaba como un ejemplo líder de una reforma mediática, casi todos los otros gobiernos de izquierda latinoamericanos muestran signos de agotamiento político. En este nuevo escenario, las emisoras activistas que promueven reformas mediáticas democráticas enfrentarían tiempos duros al sostener un enfoque pluralista (P. Kitzberger, 2017).

Bibliografía

- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- González de León, L. (2017). Trabajo, comunicación y democracia Cooperativas de comunicación audiovisual del Gran Buenos Aires Sur, en Andrea Mofeta (org). *Cine comunitario Argentino: Mapeos, Experiencias y Ensayos*. Buenos Aires: Teseo.
- Guimerà i Orts, J. (2013). Políticas de comunicación, pluralismo y televisión sin afán de lucro el caso de Argentina. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, ISSN-e 1139-1979, N°. 23.
- Herlinghaus, H. (2004). *Re narración y descentramiento. Mapas alternativos de la imaginación en América latina*. Madrid: Iberoamericana.
- Jameson, F. (1981). *The political unconscious: Narrative as a socially symbolic act*. Ithaca: Cornell University Press.
- Kitzberger, P. (2017). “Against the current: The emergence of a media democratization policy agenda in Latin America”, *Global Media and Communication*, 13(3), 229-248.
- Marino, S., Mastrini, G. y Becerra, M. (2010). El proceso de regulación

democrática de la comunicación en Argentina. *Oficios Terrestres*, Año XVI, N° 25.

Mauersberger, C. (2012). "To be prepared when the time has come: Argentina's new media regulation and the social movement for democratizing broadcasting". *Media, Culture & Society*, 34(5), 588-605.

Molfetta, Andrea: "Antropología visual del cine comunitario en Argentina: reflexiones teórico-metodológicas"; en REA, N° XXII, 2016; Escuela de Antropología - FHUMYAR - UNR; pp. 39-59.

Mofetta, A. (2017). *Cine comunitario Argentino: Mapeos, Experiencias y Ensayos*. Buenos Aires: Teseo. www.teseopress.com/cinecomunitarioargentino/

Molfetta, A. Precariado, Ley de Medios y Tercer Cine. *Culturas 11*. Edición Especial Argentina-España · pp. 49- 71.

Moulian, T. (2002) "El Neoliberalismo como Sistema de Dominación". *Alternativa*, no. 15. Santiago, Chile: ICAL, Instituto de Ciencias Alejandro Lipschutz, Organismo no Gubernamental de Desarrollo, pp. 10-16.

Murúa Losada, G. (2016). Nuevos cines de presentación: festivales de cine en el conurbano. *V congreso AsA ECA | Actas*

Quintar, A.; González, L. y Barnes, C. (2014). Las organizaciones sociales y los jóvenes: nuevos modos de inclusión a partir de la producción audiovisual. VIII Jornadas de Sociología de la UNLP.

Quintar, A., Barnes, C. Democratización de la producción audiovisual. Las nuevas tecnologías como soporte para el desarrollo de experiencias alternativas. IX Jornadas de Sociología de la UNLP. *Memoria Académica, UNLP-FaHCE*.

Quintar, A., González, L., Barnes, C. (2014). Cine y video comunitario: un aporte hacia una mayor democratización de la participación social. Ponencia presentada en el IV Congreso de ASAECA, Rosario, Argentina.

HACIA UNA GENEALOGÍA DE LA COMUNICACIÓN POPULAR Y LOS PROCESOS EMANCIPATORIOS LATINOAMERICANOS

Gerbaldo, Judith

FCC – UNC / judithgerbaldo10@gmail.com

Las promesas seductoras del "capitalismo-desarrollismo" en la región latinoamericana, en el sentido de ofrecer mayor bienestar para todos con el triunfo sobre la pobreza, la ignorancia, las enfermedades y la ineficiencia fueron perdiendo credibilidad a medida que las décadas del 50 y del 60 iban mostrando la verdadera naturaleza del proceso y revelando sus alarmantes consecuencias. El modelo de desarrollo inspirado en la Alianza para el Progreso, produjo resultados notables. Sin embargo, a fines de los 60 este modelo empieza a encontrar límites y a dar señales de agotamiento. (Tomassini, L; 1992). En los años 80 se generalizó la visión que el modelo de desarrollo (de sustitución de importaciones) seguido a partir de los 50, había entrado en una crisis generalizada y profunda, a partir de lo cual prosperó una reorientación radical de la política económica. Se abogó por la implementación de una Economía de Mercado Libre, según el modelo económico neoliberal predominante en EE.UU. En tanto el carácter instrumental de la comunicación dominada, capaz de contribuir a la distorsión de percepciones y facilitar la subordinación a las clases dominantes nacionales e internacionales, los centros de poder y autoridad se desplazaron de sus polos tradicionales (políticos, morales, intelectuales, religiosos, industriales) para condensarse en nuevas oligarquías de la comunicación / información, que actuaron como un superpoder condicionador de los demás (Martínez Terrero, 1986:21-23). A mediados de los noventa, el neoliberalismo como modelo económico instalado, fue el responsable de fenómenos que afectarían a todas las naciones.

En este escenario nace la educación y la comunicación popular con su dimensión eminentemente política, toda vez que las estrategias del sistema desarrollista primero y neoliberal después, exigían a las sociedades latinoamericanas que para ser miembro de este sistema, debían sacrificar entre otros bienes, parte de sus

identidades culturales. El origen de la *Comunicación Popular* se ubica aproximadamente en los principios de las décadas del '60 / '70 en diferentes países de América Latina. Motivada por diversas corrientes teleológicas, políticas y educativas. Podemos situar sus orígenes en el año 1968, cuando se celebra la II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, CELAM, en Medellín, Colombia, donde se oficializa la apertura de la Iglesia de América Latina hacia los problemas sociales y políticos del continente³.

Poniendo en crisis los postulados del desarrollismo, surge como contrapartida la teoría de la dependencia, según la cual la dinámica de la economía capitalista lleva a la instauración de un centro y de una periferia, generando progreso y riqueza para el primero y desequilibrio social, tensiones políticas y pobreza para la segunda (Cardoso, F y Faletto, E: 1969). Para luchar contra la dependencia se pone énfasis en la concientización que lleva a la liberación; tres conceptos que se incorporan a la nueva teología. Surge dentro de los cuadros del CELAM y se enseñaba en sus cursos de formación, en sus departamentos de pastoral, de catequesis y liturgia. El compromiso con los pobres, asumido en Medellín, se traduce en la pastoral popular y en la responsabilidad de atender al amplio sector de "marginados".

Es aquí donde se articulan las dos corrientes: la teología que libera; y la educación concientizadora; ambas procuran la emancipación del oprimido. En ese marco, la radio se constituye en el medio ideal, privilegiado en ese momento histórico, para cumplir con los objetivos propuestos. Asimismo a mediados de los años 60, comienzan a surgir en América Latina movimientos sociales que buscan liberarse de las ataduras del sistema capitalista de la época. Luchaban por la inclusión de las clases subalternas, por hacer validar sus derechos como ciudadanos, y así transformar la realidad en la cual vivían. El cuestionamiento del sistema capitalista por los intelectuales de la época trajo aparejado pensar en la educación como punto de inflexión para cambiar la realidad. Paulo Freire, desde su pedagogía para la liberación del pueblo, expone su teoría y praxis sobre educación para el cambio social, donde el paradigma cambia, para reemplazar la educación bancaria.

Así, la comunicación popular, propone otra forma de hacer comunicación para la comunidad, donde se educa a través de la palabra, que promueve participación popular, expresión, denuncia, y se constituye como parte

3 Conferencia en la que se produce un despertar de la conciencia entre quienes creyeron que se habían conjugado los elementos que facilitarían el tránsito hacia una sociedad más justa, más plena para todos. Justamente en el seno de la Iglesia y a la vera de la misma, surgen corrientes que sirven de estímulo para el desarrollo de formas innovadoras de radiodifusión relacionadas con la educación y con diversas formas de organización popular.

del cambio (Gerbaldo: 2013). Gabriel Kaplún señala que en la región latinoamericana, desde los años sesenta, la comunicación se pobló de una constelación de apellidos emparentados entre sí: comunicación alternativa, popular, también participativa, horizontal, grupal, de base... Y otros más específicos: local, rural, sindical... Y muchas combinaciones: comunicación grupal liberadora, popular educativa, rural para el desarrollo... Debido a que distintos movimientos políticos, sociales, religiosos, educativos, campesinos tuvieron que ver con ellos. (Kaplún, 2007).

Las prácticas de comunicación popular fueron siempre manifestación de un proyecto emancipatorio, de búsqueda de cambio, de liberación, de los sectores que sufren cualquier tipo de dominación. En algunos casos, estas prácticas cobraron la forma de comunicación sindical, en otras de comunicación indígena, en otras de voces surgidas desde la resistencia, otras como gritos revolucionarios y en otros, tal como se los nombraba en las primeras épocas, como una manera de "dar voz a los que no tienen voz".(Mata, 2011)

Comunicación Popular: Expresión del Conflicto y la Diferencia

Cuando emerge la Comunicación Popular como práctica, se dan una serie de debates en torno a si resultaba apropiado usar los medios de comunicación en aras de no distorsionar el verdadero objetivo de la comunicación popular. Si se ve a los medios como una práctica por la cual la Comunicación Popular obtendrá su fin, no interesa tanto si se usa el dial de una radio, un periódico, una señal televisiva, el teatro popular, u otra plataforma en la escena contemporánea. Lo importante es que a través del medio por el que se opte, se logre instalar un diálogo, que implique un intercambio-conflicto- disputa y que a través de esto se logre una forma de transformación social. O bien, que de manera organizada, la población encuentre oportunidades de comunicación que le permitan practicar nuevos tipos de relaciones humanas y de esa forma abrirse espacios para ser ellos mismos los gestores de esa transformación. La radio popular, desde sus orígenes se ubicó en el paradigma de los medios que buscaban una comunicación dialógica y participativa.

El proyecto pedagógico de Paulo Freire es un sello que aún perdura, y fue asumido como propio por el movimiento latinoamericano de educación radiofónica popular. Influencia que fue cimentando un conjunto de prácticas que comprenden aplicaciones, métodos, instrumentos y concepciones teóricas que constituyen auténticos modelos de acción de lo que puede considerarse comunicación y educación popular.

En el caso de las radios populares, se constituyeron en medios esenciales, donde las prácticas se fueron definiendo en términos de acción colectiva encauzada

con ejes comunes. En el pensamiento educativo de Paulo Freire, que postula la liberación (en su sentido político, antropológico y sociológico), la comunicación aparece como la mediación apropiada para dar cuenta de la propia opresión. La liberación se entiende como un proceso comunicativo, de construcción de la propia palabra con el otro, “nadie se libera solo” dice el autor.

Asimismo, la comunicación popular tampoco es sinónimo de micro medios (medios de alcance limitado por lo que suelen ser utilizados en el trabajo grupal), su esfera no se restringe ni limita a lo grupal.

Se puede entender la comunicación popular como el vasto campo de intercambios de mensajes (informaciones, expresiones) que realizan los sectores subalternos (el pueblo era la forma de designarlo en sus orígenes) en su propio seno y hacia el resto de la sociedad, en su tarea de constituirse como sujeto histórico, sujeto político. Las iniciativas de comunicación popular las realizan agentes de los sectores populares, movidos por la⁴ necesidad de satisfacer inquietudes propias y de contrarrestar los efectos de sentido construidos por la dominación. La comunicación popular es un proyecto emancipador que opone el diálogo al verticalismo, la participación al autoritarismo, la movilización consciente a la instrumentalización y el pluralismo a la unidad ideológica monocorde.

En este marco ubicamos el antecedente de las radios populares, comunitarias y alternativas desde su concepción educativa, como espacios de educación no formal, lo que implica dar un salto cualitativo en la forma de concebirlas, entendiéndolas como espacios de formación de sujetos y subjetividades. Entre los rasgos constitutivos, se encuentra sin dudas la participación de los sectores populares y aquellos que tienen participación real en otros medios (organizaciones, movimientos sociales) y la intencionalidad político- comunicacional. Además se inscriben en esta línea, los modos y estilos de gestión de las radios, el tipo de propiedad, el lugar asignado a los sentidos de construcción política (interna y externa) de carácter democrático y en diálogo con su contexto social, político e histórico.

Desde un texto que interpela acerca de los aprendizajes y sentidos de la Comunicación Popular, Washington Uranga refiere algunos “errores cometidos que pueden servir para aprender y crecer. Contundente afirmó⁵:

4 Por críticas a esta concepción que reduce la comunicación popular a lo micro, Ver Mata 2011, Uranga 2012

5 Nos referimos al texto de Uranga “Comunicación Popular y Universidad: Notas para invitar a la reflexión sobre la intervención”, Jornadas Comunicación desde los Territorios, organizadas por el Espacio de Comunicación e Intervención Social y Política- ECI-, de la Facultad de Cs Soc. UBA.

“...darle voz a los que no tienen voz” Fue una etapa, pero también una perspectiva. Se apoya en una matriz paternalista y asistencialista y en el no reconocimiento de las capacidades del sujeto popular para generar cambios a partir del desarrollo de sus propias potencialidades”. Resignarse a lo micro, a lo propio y a lo “puro” para no perder “identidad” fue una época.

Entendemos que la reflexión sobre la comunicación no puede darse al margen del reconocimiento de las condiciones de producción y la conformación del espacio público mediatizado, ni alejada de los contextos, los escenarios y los actores que la protagonizan. *La comunicación es, ante todo y fundamentalmente, una práctica social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas.* Son los actores populares y comunitarios, como protagonistas del proceso comunicativo los que tienen un rol central. Son ellos, con sus cargas culturales, políticas, ideológicas. Lo que define a la comunicación popular es la idea de *conflicto*, la productividad de este concepto es altísima, ya que se articula con la acción política, las construcciones colectivas –con sus recurrentes tensiones, la búsqueda de consensos y perspectivas incluyentes, donde lo propio y característico es la centralidad del sujeto popular.

SITUACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

Bilbao, Carla

FCC - UNC / carlabilbao544@gmail.com

De Toni, Bianca Nadina

FCC - UNC / biancanadinadt@gmail.com

Palabras claves: medios sin fines de lucro; Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual; sostenibilidad institucional; fuerza laboral; representación gremial

En Argentina, en 2009 se sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26522 (LSCA) que fue reformada por decreto en 2015 y 2016. La LSCA reconoce a los medios audiovisuales no lucrativos como

prestadores de servicios de radiodifusión y les reserva un tercio del espectro radioeléctrico.

Desde su sanción, ni las asociaciones que los nuclean, ni los gremios como el Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba (CISPREN), ni los organismos estatales del área como el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) cuentan aún con información centralizada, sistematizada y completa sobre la situación de los trabajadores de los medios comunitarios -como tampoco sobre sus áreas de cobertura, audiencias y posibilidades de desarrollo en términos sociales, institucionales y económicos- necesaria para la formulación de sus estrategias organizacionales y de políticas públicas adecuadas para el sector.

Es por eso que nos preguntamos ¿Cuál es la situación laboral de los/as trabajadores/as en las radios y televisoras comunitarias de la provincia de Córdoba, en relación con la sostenibilidad institucional de estos medios?

Antecedentes

En primer lugar, Mariana Mandakovich y Silvina Zanelli, en el artículo “Entre la búsqueda de sustentabilidad, salarios dignos y organización sindical” (2014), abordan los desafíos del sector sin fines de lucro para consolidarse como espacio generador de trabajos genuinos y salarios dignos. En este sentido, abre el debate para pensar un convenio colectivo adecuado al sector y sus formas de financiamiento.

Por otro lado, tenemos que Mariano Suárez y Natalia Vinelli en 2018 presentan el artículo “La Sindicalización del trabajo autogestivo”, el cual aborda las tensiones que representan los procesos y formas de sindicalización que adoptan los/as trabajadores/as de prensa que realizan su oficio en medios autogestionados; como así también los entrecruces que se generan entre el trabajo autogestionado y la economía popular.

Por último, María Soledad Segura en el artículo “Derechos Laborales y Sustentabilidad” (2014), presenta los desafíos para la definición legal de los trabajadores de las radios y televisoras no lucrativas. Esta tensión se encuentra entre la “necesidad de garantizar la sustentabilidad de estas radios y televisoras que no sólo contribuyen a la pluralidad y diversidad del sistema mediático, sino que también generan nuevas fuentes de trabajo, y evitar la precarización laboral en esos medios en particular y en el sistema mediático en general”(Segura,p.1).

Es así, que retoma las diferentes tomas de posición que asumen los diversos sindicatos del sector y las asociaciones que nuclean a las radios y televisoras comunitarias, que conforman un amplio abanico de posiciones que abarca desde el trabajo militante y voluntario hasta la precarización laboral.

Metodología empleada

Para dar respuestas a las preguntas introductorias, desarrollaremos los siguientes pasos, no necesariamente cronológicos:

Relevamiento de dimensiones y categorías sobre la situación laboral de los trabajadores de medios comunitarios, formuladas por sindicatos de prensa y academias provinciales y nacionales.

Relevamiento y análisis de estatutos y convenios de periodistas, elaborados por sindicatos de la prensa y la comunicación.

Entrevistas en profundidad a los miembros de las emisoras comunitarias relevadas por el equipo de investigación “Sociedad civil, Estado y derechos y políticas de comunicación y la cultura”.

Reconstrucción y análisis de la situación actual de la dimensión institucional respecto a la situación laboral de los trabajadores de radios y televisoras comunitarias de la provincia de Córdoba.

Finalmente, cabe mencionar que este trabajo parte y se enmarca dentro del relevamiento y la caracterización de las radios y televisoras comunitarias de la provincia de Córdoba, que estamos realizando junto a la doctora Natalia Traversaro dentro del equipo de investigación “Sociedad civil, Estado y derechos y políticas de comunicación y la cultura” dirigido por la doctora María Soledad Segura. Además, el contenido de la investigación fue solicitado por el Círculo Sindical de Prensa y la Comunicación de Córdoba (CISPREN) y por algunos medios comunitarios preocupados por evaluar la situación del sector.

Medios comunitarios en la provincia de Córdoba

Para realizar esta investigación partimos de la definición de medios comunitarios propuesta por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 22522, que en su artículo 4 expresa:

Emisoras comunitarias: Son actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio, como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales. En ningún caso se la entenderá como un servicio de cobertura geográfica restringida. (LSCA N° 22522, 2009, art.4)

Estos medios no poseen al lucro como orientador de sus prácticas y se presentan como propuestas antagónicas al sistema de medios formado por empresas concentradas

y con fines económicos. Los medios comunitarios, por el contrario, tienen como “horizonte explícito la transformación de relaciones sociales de desigualdad (...) proponen, de alguna forma y en alguna medida, intervenir en el terreno simbólico para contribuir a la construcción de sociedades más justas.” (Segura et al., 2016).

En Argentina, las radios y televisoras comunitarias, populares y alternativas nacieron en el contexto de recuperación democrática iniciado en 1983 con el objetivo de contribuir a la transformación de relaciones sociales de desigualdad (Segura et al., 2017). En Córdoba las primeras emisoras comunitarias también surgieron desde 1983, en el periodo de apertura democrática. Así en 1988 nace Radio Sur y en 1989 La Ranchada, radios que lograron, entre ambas, una audiencia de casi 35 mil personas (Urioste, 2016).

Actualmente, según el relevamiento que estamos realizando junto a Natalia Traversaro desde mayo de 2018, existen 28 medios comunitarios en funcionamiento en la provincia de Córdoba, distribuidos de la siguiente manera:

- 6 radios en Córdoba Capital;
- 6 radios en el departamento de Punilla;
- 1 radio en el departamento de Ischilín;
- 2 radios en el departamento de Cruz del Eje;
- 4 radios en el departamento Colón;
- 2 radios en el departamento de Santa María;
- 2 radios en el departamento de San Javier;
- 1 radio en el departamento de Calamuchita;
- 1 radio y 1 emisora televisiva en el departamento San Alberto;
- 1 radio en el departamento Río Seco;
- 1 radios en el departamento de Marcos Juárez.

Sostenibilidad institucional

En “Documento de trabajo. Sostenibilidad en las radios y televisoras comunitarias, populares y/o alternativas. Dimensiones, categorías e indicadores” (Segura et al., 2017) se sostiene que “...es posible definir a la sostenibilidad como la capacidad para superar -en diferentes dimensiones- los conflictos internos y las dificultades externas.” (2017, p.4). Y propone contemplar la sostenibilidad desde 4 dimensiones fundamentales: económica, institucional, social y de producción.

En este caso, para dar respuesta a los problemas

planteados, utilizaremos la dimensión institucional que refiere entre otras cosas a las formas de organización, y la profesionalización de los trabajadores.

Fuerza laboral

Al hablar de los trabajadores nos referimos a quienes están colaborando en el funcionamiento diario del medio; aunque no posean una relación laboral legal y/o estable, perciban o no una remuneración por su trabajo; sean o no socios de cooperativa, asociación civil o fundación o integrantes del colectivo; independientemente de la tarea o función que desarrollen; y de cómo se auto-defina.

Es en este sentido, que nos interesa retomar los tres actores que se pueden contemplar dentro de este campo, propuestos por Natalia Vinelli y Mariano Suárez (2018) que son:

“los ‘viejos’ (el núcleo de trabajadores y trabajadoras con contratos estables, beneficios sociales, etc.); los “nuevos” (trabajadores subempleados, flexibilizados, con contratos precarios o subcontratos: pasantes, becarios, colaboradores; pero también aquellos atravesados por los nuevos soportes), y los que podríamos llamar muy provisoriamente “emergentes”: una heterogénea cantidad de experiencias comunicacionales afloradas desde la economía informal -o formal pero por fuera de la concepción empresaria tradicional-, impulsadas especialmente luego de la crisis económico-social de 2001/2002, aunque con una larga tradición en el subcontinente.”

Finalmente, como una primera aproximación, a partir del relevamiento que venimos realizando con Traversaro, en el que llevamos entrevistadas a las emisoras ubicadas en Córdoba Capital y gran parte de las que se ubican en el Departamento de Punilla, podemos decir que la mayoría de los trabajadores/as que forman parte del sostenimiento diario de la emisora se reconocen como voluntarios, militantes o trabajadores/as de la comunicación. Algunos/as se encuentran afiliados al Cispren, pero en general manifiestan no sentirse reconocidos como trabajadores, bajo la forma tradicional que históricamente ha representado el gremio: trabajadores de prensa en relación de dependencia. Es así que la mayoría se encuentra más identificado dentro de la economía popular o economía social, que encuentra su representación gremial en la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP).

Bibliografía

Urioste Joaquín (2016), Tesina de grado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC) “Las prácticas de las emisoras comunitarias de Córdoba (2009-2015)”.

Ley 22522. Boletín Oficial de la República Argentina, Argentina, 2009.

Segura María Soledad (2014). *Derechos Laborales y Sustentabilidad*. El Cactus 3 (3), Universidad Nacional de Córdoba. Disponible en <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/Cactus/article/view/9641> (última visita 28/02/2019).

Segura M. S., Hidalgo A. L., Kejval L., Linares A., Longo V., Traversaro N. y Vinelli N. (2016). “Los medios comunitarios ante las nuevas políticas de comunicación”. Ponencia presentada en el Congreso de la Red de Carreras de Comunicación REDCOM 2016. Disponible en <https://comunicacionsfl.wordpress.com/2016/10/19/los-medios-comunitarios-ante-las-nuevas-politicas-de-comunicacion/>

Segura et al. (2017). “Regresión. Las nuevas políticas para medios comunitarios en Argentina.” Logos, [S.l.], v. 24, n. 1, ago. 2017. ISSN 1982-2391. Disponible en: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/28266/21304>>. Fecha de acceso: 12 feb. 2019 doi:<https://doi.org/10.12957/logos.2017.28266>.

Segura et al. (2017) “Documento de trabajo. Sostenibilidad en las radios y televisoras comunitarias, populares y/o alternativas. Dimensiones, categorías e indicadores.” elaborado por el Equipo PIO-CONICET Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26522: condiciones, estrategias y desafíos. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/0B6980YoYiokhZWlGelY0cGxrTVk/view> (última consulta 26/02/2019).

Suárez Mariano y Vinelli Natalia (2018). “La Sindicalización del trabajo autogestivo”. Disponible en http://www.aal.org.ar/articulo_revista/la-sindicalizacion-del-trabajo-autogestivo/

ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD COLECTIVAS Y DESARROLLO DESIGUAL Y DIVERSO: EL CASO DEL COLECTIVO DE MEDIOS COMUNITARIOS DE CUYO

Caissón, Silvana Iovanna

CONICET - GEICOM - LCC - Facso - UNSJ

Palabras claves: medios comunitarios; desarrollo;

estrategias; sostenibilidad; colectivo; políticas públicas

La historia de prácticas comunicacionales y culturales por parte de la Sociedad Civil verifica una amplia experiencia en América Latina a lo largo del Siglo XX y XXI. En particular, aquellas que han implicado el proceso de reapropiación de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICs) para disputar, visibilizar y producir nuevos sentidos e identidades sociales (Mattelart, A. y Piemme, J. M., 1981) (Beltrán, R. y Becerra, M., 2017). Estas experiencias se centran en los medios de comunicación audiovisuales sin fines de lucro como herramientas de comunicación y cultura, que tienen como objetivo político la transformación de las estructuras sociales (Graziano, 1980), o, al menos de las infocomunicacionales. En este sentido, la puesta en uso de estas herramientas a partir de la reflexión política constituyó la posibilidad para el acceso a los medios de comunicación (Vinelli, 2011).

En Argentina, el surgimiento de las radios comunitarias estuvo vinculado a la restitución de la democracia en 1983, aunque se verifican algunas experiencias durante la Dictadura Militar que fueron censuradas. Todas ellas señalan la importancia de la pluralidad de voces, la participación de sectores populares en sus proyectos y la apertura de espacios culturales que interpelen a la ciudadanía desde nuevas iniciativas estéticas y discursivas (Pulleiro, 2012). Sin embargo, durante más de 30 años, las políticas de Estado no propiciaron el reconocimiento y fomento a estos medios -radios principalmente y algunas pocas televisoras- pasando a ser denominadas “truchas” por carecer de marco legal (Kejval, 2009). De este modo, se fue consolidando un mapa de medios que atentó contra la pluralidad de voces y el fortalecimiento de los sistemas democráticos (Segura, M. S. (Dir.), Villazón, M. y Díaz, E. (Coords.), 2014).

Hacia 2005, los debates en torno a las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) tomaron estado público en nuestro país (Monje, 2010), lo que promovió la gesta y sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (SCA) núm. 26.522 de 2009, y puso la falta de políticas públicas que fomentasen el ejercicio del Derecho a la Comunicación (Rossi, 2016).

Este nuevo contexto, fue promovido, en gran medida, por el reclamo constante y la participación del sector más invisibilizado de las industrias culturales del país: los medios de comunicación nacidos de organizaciones sociales, cooperativas y sindicatos. Su principal logro en esta disputa fue pasar a ser considerados como “sujetos de derecho y de demanda en el terreno de la comunicación pública” (Mata, 2006). El fomento a estos espacios de participación, como hecho cultural y político, habilitó un desarrollo exponencial de la “ciudadanía comunicativa” (Mata, 2006) en Argentina.

En la provincia de Mendoza, este debate y nuevo contexto normativo promovieron el crecimiento de radios y televisoras comunitarias. Según el censo realizado por Segura y otros en 2017 (2018), en los últimos diez años se registran 7 nuevos medios en la provincia. Algunos de estos medios componen desde 2013 el Colectivo de Medios Comunitarios de Cuyo (COMECUCO), un espacio de participación de medios que nuclea a nueve radios y un canal de televisión comunitario de la provincia de Mendoza, los cuales, a su vez, son miembros diversas redes nacionales (Farco-Amarc-RNMA-Conta).

Desde sus comienzos, el Colectivo se ha propuesto acciones de conjunto en el territorio: transmisiones audiovisuales, agenda y coberturas periodísticas, portal de noticias (sitio web), intercambio de saberes y apoyo técnico. Con el devenir del trabajo y organización asamblearia, se realizaron además capacitaciones internas y externas, se lanzó un informativo semanal donde todos los medios aportan noticias, y se diseñaron estrategias de financiamiento y negociación conjunta frente a entidades gubernamentales y organizaciones intermedias como sindicatos y obras sociales.

En estos seis años, los miembros del Colectivo han podido crecer en un marco de cooperación y solidaridad (Vinelli, 2011). No obstante, el desarrollo de estos medios ha sido desigual en cuanto al acceso a políticas públicas de comunicación, de cultura y sociales, por lo que se genera además una notable desigualdad entre ellos, en cuanto a conformación de equipo de trabajo, programación y financiamiento. Estas diferencias se han profundizado en el actual contexto político y económico nacional y provincial, donde las políticas de comunicación favorecen a los conglomerados mediáticos y promueven la convergencia infocomunicacional (Mastrini G. y Becerra, M., 2017), y las medidas económicas ahogan los espacios sociales y culturales y autogestivos (Vinelli, 2011).

De este modo, en el presente trabajo, se analizará las estrategias de sostenibilidad colectivas implementadas por los miembros del Colectivo de Medios Comunitarios de Cuyo a partir de las siguientes dimensiones: 1) Producción del informativo semanal; 2) Capacitaciones y asesoramientos conjuntos; 3) Gestión colectiva de fondos de financiamiento. Desde estas tres dimensiones, se podrá describir el trabajo colectivo pero también analizar el desarrollo de los medios audiovisuales comunitarios de la provincia en los últimos años.

La metodología a utilizar será cualitativa a partir del análisis de fuentes documentales (publicaciones del Colectivo, material de archivo, videos, fotografías), entrevistas a informantes claves (al menos dos de los miembros más antiguos) y la observación participante (reuniones y actividades).

Bibliografía

Beltrán, R. y Becerra, M. (2017). *Sin fines de lucro, con tecnologías y organización*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Universidad Nacional de Buenos Aires.

Graziano, M. (1980). "Para una definición alternativa de la comunicación". *Revista Ininco*, Vol. I(Núm. 1, tercer trimestre), 71.

Kejval, L. (2009). *Truchas. Los proyectos político culturales de las radios comunitarias, populares y/o alternativas argentinas*. Buenos Aires: Prometeo y Carrera Cs. de la Comunicación, UBA.

Mastrini G. y Becerra, M. (2017). *Medios en guerra. Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003 - 2016*. Buenos Aires: Editorial Biblios.

Mata, M. (2006). Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico políticos de su articulación. *Fronteiras - estudos midiáticos*, VIII(1), 5 - 15. Recuperado el Julio de 2018, de <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6113/3289>

Mattelart, A. y Piemme, J. M. (1981). "Nuevas tecnologías, nueva pequeña burguesía" y "Apertura: la comunicación a izquierda". En A. y. Mattelart, *La televisión alternativa*. Barcelona: Anagrama.

Monje, D. (2010). *Políticas de radiodifusión frente a procesos de integración regional: Caso MERCOSUR 1991-2007*. Buenos Aires: Tesis de postgrado, Doctorado en Ciencias Sociales, FLACSO, Mimeo. Recuperado el agosto de 2018, de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/26307/Documento_completo.pdf?sequence=6

Pulleiro, A. (2012). *La radio alternativa en América Latina. Experiencias y debates desde los orígenes hasta el siglo XXI*. Buenos Aires: Cooperativa Gráfica El Río Suena.

Rossi, D. (Marzo de 2016). "Acceso y participación en el nuevo siglo. Limitaciones de la política, condicionamientos de los conglomerados". *CECSO, UBA*. Recuperado el Marzo de 2018, de <http://politicasyplanificacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/121/2014/07/accesoyparticipacion2016.pdf>

Segura, M. S. (Dir.), Villazón, M. y Díaz, E. (Coords.). (2014). *Agitar la palabra. Participación Social y democratización de las comunicaciones*. FCH, UNSL, San Luis (e-book). Recuperado el Junio de 2018, de http://humanas.unsl.edu.ar/Agitar_la_palabra.pdf

Segura, M. S.; Linares, A.; Espada, A.; Longo, V.; Hidalgo, A. L.; Traversaro, N.; y Vinelli, N. (2018). La multiplicación de los medios comunitarios, populares y alternativos en

Argentina. (U. d. Compostela, Ed.) *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 2(9), 88 - 114. doi:<http://dx.doi.org/10.15304/ricd.2.9.5530>

Vinelli, N. (. (2011). *Comunicación y televisión popular. Escenarios actuales, problemas y potencialidades*. Buenos Aires: Cooperativa Gráfica El Río Suena.

Vinelli, N. (2017). “Medios alternativos, populares y comunitarios: desigualdades, fomento e incorporación de tecnologías” . En R. y. Beltrán, *Sin fines de lucro, con tecnologías y organización* (págs. 9 - 17). Buenos Aires: Universidad Nacional de Buenos Aires, UBACyT.

Bibliografía de consulta

Espada, A. (2017), “Una oportunidad perdida: la ley y los medios sin fines de lucro”, en BECERRA, M. y MASTRINI, G., *Medios en guerra. Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003 - 2016*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Biblos, pp. 79 - 113.

Gramsci, A. (2009) *Antología*, Biblioteca de Pensamiento Socialista, Bs. As., Siglo XXI.

Martín Barbero, J. (2006) “Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público”, *Cómo las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están reconfigurando los modos de “estar juntos”*, Revista Cuchará y Paso Atrá n°12. UNILCO- Espacio Nómada/ Atrapasueños.

Mastrini, G., y De Charras, D. (2004), *Veinte años no es nada: del NOMIC a la CMSI*, Mimeo, ponencia al Congreso IAMCR 2004, Porto Alegre, Brasil. [En línea] Consulta: 6 de mayo de 2019. Disponible en: <<https://dptocomunicacionunsj.files.wordpress.com/2015/10/20-ac3b1os-no-es-nada-del-nomic-a-la-cmsi-mastrini-y-de-charras.pdf>>

Rossi, D. (2006). “Acceso y participación en el nuevo siglo. Limitaciones de la política, condicionamientos de los conglomerados”. Universidad de Buenos Aires. [En línea] Consulta: 4 de mayo de 2019. Disponible en: <<https://es.scribd.com/doc/15900998/acceso-y-participacion>>

Segura, M. S. y Weckesser, C. (edits.) (2016) *Los medios sin fines de lucro entre la Ley Audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*, Editorial de la UNC, Córdoba, Argentina. [En línea] Consulta: 30 de abril de 2019. Disponible en: <<https://democratizarcomunicacion.fcc.unc.edu.ar/publicaciones/>>

Segura, M. S. (Dir.), Villazón, M. y Díaz, E. (Coords.) (2014) *Agitar la palabra. Participación Social y democratización de las comunicaciones*, FCH_UNSL, San Luis (e-book). [En línea] Consulta: 3 de junio de 2018.

Disponible en: <https://democratizarcomunicacion.fcc.unc.edu.ar/agitar_la_palabra/>

Sel, S. (2010) “Actores sociales y espacio público. Disputas por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina” en *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo. América Latina y sus encrucijadas*, Buenos Aires, Argentina, CLACSO, pp. 183 - 210.

Williams, R. (2000) *Marxismo y Literatura*, Barcelona, Ediciones Península.

SOSTENIBILIDAD DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS DE SAN JUAN: EXPERIENCIA DE RADIO. LA LECHUZA Y RADIO CAMPESINA INDÍGENA

Carranza, Gisel

FCS – UNSJ / carranza558@gmail.com

Porcel, Leandro

FCS – UNSJ / cocoporcel@gmail.com

Palabras claves: Comunicación comunitaria; Producción radiofónica – Sociopolítica de la Comunicación

Introducción

El siguiente trabajo pretende plasmar reflexiones en torno a los desafíos de sostenibilidad de medios comunitarios en la provincia de San Juan. Estas reflexiones están orientadas principalmente por dos preguntas que atraviesan la investigación: **¿Qué es comunicación comunitaria? ¿Qué implica la sostenibilidad de un medio comunitario?** Para responder estas cuestiones y comprender el contexto de medios comunitarios en San Juan nos basamos en las experiencias de trabajo de dos radios: Radio La Lechuza de Pocito y Radio Campesina Indígena del Encón.

La investigación realizada surge en el marco de las cátedras Comunicación Comunitaria y Sociopolítica y Economía Política de la Comunicación de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias

Sociales de San Juan.

Actualmente, el mapa de medios comunitarios en San Juan está compuesto solamente por radios comunitarias. Hay un total de cuatro radios ubicadas en distintos puntos alejados de la ciudad (en los municipios Jáchal, Calingasta, 25 de mayo y Pocito). Nuestra investigación toma dos de estas cuatro radios cuya situación actual nos parece importante indagar para dimensionar los desafíos y emergencias de los medios en determinados contextos sociales.

En primer lugar, Radio La Lechuza está ubicada en Pocito a aproximadamente dieciséis kilómetros de la ciudad de San Juan. Pocito es considerada una zona semiurbana con aproximadamente 50.000 habitantes en un territorio de 515 kilómetros cuadrados. La radio surge a partir de la organización civil Retamo que se vio en la necesidad de visibilizar la labor territorial realizada en la comunidad. En sus inicios, la radio comenzó a funcionar de manera ilegal y con equipamiento manufacturado, que fabricaron ellos mismos. Posteriormente, con el surgimiento de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, La lechuza comienza a funcionar de manera legal, fue reconocida en el censo de medios comunitarios, realizado en el 2009. Unos años más tarde, con la plena vigencia de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, ganó subsidios a partir del Fondo Concursable para Medios Comunitarios, FOMECA para adquisición de equipamiento y producción de contenidos. Actualmente La Lechuza es un medio comunitario consolidado y establecido en el mapa de medios sanjuaninos. La radio tiene una relación cercana con organizaciones sociales, partidos políticos y la Universidad Nacional de San Juan.

En segundo, lugar, Radio Campesina Indígena está situada en la localidad del Encón, departamento de 25 de mayo. Se trata de una zona rural ubicada a aproximadamente 105 kilómetros de la ciudad. La zona está poblada por aproximadamente 600 familias. Debido a la lejanía, la comunidad del Encón presenta insuficiencias en las necesidades sociales básicas: acceso al agua, salud pública, trabajo, educación y señal de teléfono/internet. Sumado a esto, el único medio de comunicación que llega a cubrir la zona es la Radio Campesina. Estas falencias en la comunidad permiten configurar un contexto de suma necesidad para los habitantes del Encón, y por otro lado configura un estilo de vida y prácticas culturales propias de zonas rurales y alejadas de las lógicas de consumo de la ciudad. En este contexto funciona la radio comunitaria Campesina Indígena que desempeña un rol fundamental como medio de comunicación más escuchado en la zona.

Aspectos metodológicos del trabajo

El abordaje de la investigación fue de tipo cualitativa, a partir de la selección de dos casos. Para recolectar

información realizamos observaciones, a través de visitas a las radios comunitarias de la provincia de San Juan: La Lechuza y Radio Campesina Indígena. Durante estos encuentros logramos acceder a las entrevistas con los participantes de ambos medios, como informantes claves

Las entrevistas fueron realizadas a integrantes de las radios y la comunidad. Las preguntas y los diálogos de corte semiestructural dieron lugar a los temas que queríamos tratar. Entre ellos, los meramente relacionados a las radios: producción, historias, división de tareas, programación, sostenimiento económico y, en simultáneo, modos de trabajo y fundamentalmente cómo es la relación con la comunidad como un “nosotros”, es decir, sin una separación entre las personas. Todos y todas como parte de la comunidad.

Otra de recolección de datos consistió en el audicionado de programas del medio La Lechuza y del visionado de su página y redes sociales, el caso de Radio Campesina Indígena, solo hay una red social, Facebook, aún no tienen página web.

¿Qué entendemos por comunicación comunitaria?

“Definir qué entendemos por comunicación equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir” (Vinelli, 2014) Como estudiantes, entendemos a la comunicación como un derecho humano que se plasma en un espacio común a través del diálogo dentro de relaciones horizontales. Es un intercambio cultural que genera sentidos y consensos sociales que se manifiestan en prácticas culturales que reproducen las personas en la sociedad.

Lejos de reconocer el paradigma determinista de la tecnología, podemos afirmar que la comunicación es humana de raíz. La comunicación es mucho más que los medios, la comunicación es la vinculación entre sujetos en el marco de una sociedad, es la construcción del tejido social, necesitamos reconstruir lazos de solidaridad y de ciudadanía pensando en el/la otro/a, la comunicación es esencial para eso.

Desde el paradigma comunitario la comunicación es política ya que nace desde diversas y numerosas luchas sociales que se plasmaron en contra de la dominación ejercida por una clase dominante. Dominación que afecta directamente en desigualdades sociales que incluye flujos de información, censura, entre otras.

La comunicación comunitaria apuesta a la mirada crítica, contrahegemónica, a la revalorización de la democracia y los movimientos sociales, la cultura popular y la pluralidad de voces, teniendo como objeto la transformación social. Como plantea Natalia Vinelli:

la comunicación comunitaria es un ejercicio

epistemológico y fundamentalmente, es una necesidad política práctica para un sector de las actuales experiencias comunicativas, que compartiendo la categoría “sin fines de lucro”, se ven en situación de desigualdad frente a otras de mayor dimensión y capacidad financiera. (Vinelli, 2014)

El rol de los y las comunicadores/ras sociales comunitarios/as es servir de herramienta para que las voces de las personas, de las organizaciones sociales, los sindicatos, las uniones vecinales, las cooperativas y las mal llamadas “minorías” sean escuchadas. Además, cabe destacar la apropiación de la producción de contenido y la consideración del sujeto popular como actor/a principal y fundamental.

La comunicación comunitaria busca fomentar los espacios de debate colectivos. A través de la palabra se generan estructuras horizontales donde se define la agenda mediática. Una agenda que no está atravesada por el sensacionalismo, la verticalidad, la competencia, la explotación, el control ideológico y la represión para mantener sistemas sociales desiguales e injustos como lo es en los medios tradicionales hegemónicos. Lotransversal se basa en la colaboración, la solidaridad, la horizontalidad, el reconocimiento de subjetividad y la apertura para recibir distintas miradas, sectores, entre otros. Hablamos de una contrainformación como ejercicio periodístico. El contenido que se genera desde allí es pensado desde la perspectiva de derechos, visibilizando las diferencias existentes y promoviendo mayor equidad social.

En este sentido, el objetivo de la comunicación comunitaria es lograr la emancipación y el empoderamiento de los sectores vulnerados por el sistema capitalista. Una labor que ponga en valor la igualdad y el derecho de las personas por sobre las lógicas capitalistas de consumo, que se oponen a las prácticas colectivas y de unión social.

Finalmente, en relación a la gestión económica, cabe decir que los medios de comunicación comunitaria no tienen como fin último la acumulación de bienes, como sucede en la comunicación tradicional hegemónica alineada al modelo económico capitalista. Sin embargo, los recursos monetarios, las rentas, son necesarios en un medio para subsistir. De esta manera, los medios comunitarios, alternativos y populares no cuentan con un “dueño” u organización jerárquica que tome las decisiones, sino que son espacios donde se aportan y se debaten todas las cuestiones a decidir.

Comunicación comunitaria en América Latina

La construcción de la comunicación comunitaria en América Latina es absolutamente relevante dada la ilegalidad y las diversas luchas por las que atravesaron

sociedades en pos de la defensa de derechos.

Si nos enmarcamos en los siglos XIX y XX podemos hablar de las primeras publicaciones socialistas y anarquistas. Con elaboración por y para la clase trabajadora. Inicialmente a través de la simplicidad de la hoja y luego establecidos en diarios y revistas. Hablamos así de Prensa Obrera, la cual le permitió a la clase popular aprender a leer, escribir, obtener asistencia social, de salud.

La circulación de estos escritos no supone una facilidad, sino más bien está compleja y completamente asociada a clandestinidad, huelgas, militancia, creaciones de partidos políticos, manifestaciones, represión, lucha por imprentas, persecución, dictaduras, entre otros. Cabe destacar la fuerza y lo fundamental de estos escritos, por qué no debían andar de mano en mano. No sólo era la transmisión de información, sino la educación política, el mostrar la opresión, el combatirla bajo una organización colectiva. Un dato relevante es que el feminismo tiene lugar en este siglo con publicaciones de carácter anarquista, reconociendo la opresión de género.

Con el tiempo, lo que se buscaba era de alguna manera masificar la lectura, que ese escrito de los pobres, de los campesinos no sólo fuera leído por ellos. Había que llegar a ser escuchados. Así, en múltiples países, sectores los obreros gritaron a través de la palabra.

Durante el siglo XX, aparecen grandes hitos como la CGT, El Seminario de la CGT, de la mano de Rodolfo Walsh y otros personajes relevantes. Como base de la prensa gremial se buscaba mostrar a la clase trabajadora sus derechos a través de la prensa y de la radio.

La radio, una gran herramienta de difícil acceso debido a que estaba en manos del Estado, se manifestaban ciertas reglas que seguir con respecto al QUÉ DECIR. En este contexto limitante surge la primera radio de los trabajadores mineros de Bolivia en la década de 1940. Cargada de importancia y significaciones para la comunidad, moderadora y asiste de conflictos que surgían en ella, atendiendo en medio de una gran desigualdad social y explotación laboral.

Radios educativas, católicas (en principio anticomunistas), mineras, sindicales sumergieron en América Latina como herramienta de resistencia, La resistencia que hizo frente a la represión, clausura, destrucción y persecución que sufrían por los gobiernos dictatoriales.

A través de la Educación Popular, la Teología de la Liberación (corriente que llamó a pensar qué significaba ser cristiano en un continente oprimido y generó un diálogo del cristianismo con el marxismo) y el Movimiento de los Sacerdotes del Tercer Mundo la clase popular tuvo lugar a la alfabetización, la educación de vastos sectores de las sociedades latinoamericanas (rurales, indígenas y suburbanas). Además, se genera una movilización de

los católicos pidiendo humanización, se comienzan a denunciar injusticias y a promocionar acercamientos con los pobres, los marginados.

A partir del triunfo de la Revolución Cubana, aparecen múltiples experiencias comunicativas de los movimientos guerrilleros. Las transmisiones de carácter clandestino daban más relevancia a lo que se decía y no tanto al cómo se expresaba. “Frente a los medios de comunicación masiva que se sujetaban a la autocensura y a una lógica mercantil que dejaba afuera a la mayoría (o eran sistemáticamente silenciados por la represión), las radios se constituyeron en una necesidad frente a un sistema opresivo (Vinelli, 2011, p. 87-88).”

En Argentina, el movimiento guerrillero surge en el año 1955 en consecuencia del golpe cívico militar que destituye al presidente Perón y da lugar a distintos gobiernos dictatoriales. Este grupo rebelde se denominó “Movimiento Peronista de Liberación Uturuncos, los cuales comenzaron a transmitir en radio de manera clandestina.

Luego, aparecen otros movimientos conocidos como “Montoneros” que también hacían uso clandestino del espacio radioeléctrico. Dentro de este grupo también aparece ANCLA (Agencia de Noticias Clandestina), guiada por Rodolfo Walsh como intervención al Golpe de Estado. Se busca informar a los encargados de informar a la sociedad (periodistas), funcionar como espacio de denuncia de violaciones de Derechos Humanos, de aspectos políticos económicos y de la situación social, de lucha y obrera de ese momento. Además, se comienza a dar uso a la “cadena informativa”, elaborando textos breves y sencillos, fáciles de reproducir. Estos invitaban a cada receptor a ser emisor de sus propias denuncias o información.

Los años '80 y '90 se desarrollan como la época post dictaduras en distintos sectores de América Latina. En este sentido, se empiezan a re-construir las experiencias comunicacionales trabajadas desde la resistencia, sus estructuras y hasta su funcionamiento, que se les había negadas por métodos autoritarios en medio de persecuciones, desapariciones, asesinatos, entre otros.

Si bien todas estas experiencias toman forma de comunicación comunitaria, situándose en sectores populares y con una mirada alternativa a la clase buguesa y al sistema capitalista en sí, las radios propiamente comunitarias empiezan a surgir en Argentina en la década del 80.

Como dijimos con anterioridad, estas radios nacen en el marco de la reciente dictadura, con todo lo que ese proceso conlleva. Los miedos se hacen presentes, al igual que la distención de organizaciones políticas o vínculos sociales que se habían gestado hasta el momento. ¿Cómo volver a darle voz a todos/as los/as periodistas, escritores

que fueron obligados a callar, cómo revivir a los/las que quedaron vivos/as?

En este periodo se da paso a la construcción de cerca de 3000 radios comunitarias en todo el país, con tecnología artesanal, bajo presupuesto. Y se empieza desde abajo y muy dificultosamente a abrir paso al armazón de una programación, a definir y actuar en pos de los objetivos de la comunicación comunitaria en medio de la ilegalidad, allanamientos y otras situaciones a las que se vieron forzadas a atravesar las radios comunitarias.

Como sucede en la actualidad, las radios comunitarias se encontraban vinculadas con distintas organizaciones sociales que las apoyaban. Siempre supieron tejer redes.

En este contexto emergen en nuestro país ARCO (Asociación de Radios Comunitarias), que luego se convierte en FARCO (Federación Argentina de radios comunitarias), tal como la conocemos hoy. Así mismo, desde los noventa, se comenzaron a gestar distintos medios de comunicación comunitaria sostenidos por movimientos sociales territoriales, ligados a la militancia de género, cooperativistas, recuperados y convertidos en cooperativas, de organizaciones sociales, de pueblos originarios, de miembros de comunidades, entre otros.

En el año 2009, la historia para los medios comunitarios y de pueblos originarios da un giro importante en términos de reconocimiento y legalidad gracias a la LSCM 26.522 (Ley de Servicio de Comunicación Audiovisual). Esta ley indica que los medios de pueblos originarios no se encuentran dentro de la experiencia de los medios privados sin fines de lucro o medios comunitarios, sino que se establecen como entidades de derecho público, no gubernamentales, en función de la preexistencia de los pueblos respecto al Estado nación.

A partir de este momento, los medios comunitarios no sólo luchan por conseguir la licencia en legalidad, sino también por encontrar modos de sostenibilidad asertivas, sostenibilidad con toda la amplitud de la palabra.

¿Qué entendemos por sostenibilidad?

Para comenzar el análisis de La Lechuza y de Radio Campesina Indígena es necesario primero definir que entendemos por sostenibilidad. El concepto de sostenibilidad muchas veces es asociado exclusivamente al sostenimiento económico de un medio. Sin embargo en esta investigación entendemos por sostenibilidad a la totalidad del proceso mediante el cual se hace posible el funcionamiento un medio de comunicación. Bajo esta mirada el concepto responde a tres aristas fundamentales: sostenibilidad económica, organizativa y social. Es importante detenerse en cada una de estos puntos para lograr desentrañar y comprender como funciona una

radio comunitaria en San Juan.

Sostenibilidad Económica: las experiencias de radios analizadas, responden a lógicas de comunicación comunitarias, es decir que conciben a la comunicación fundamentalmente como un derecho y no como una mercancía. Se trata de experiencias de comunicación sin fines de lucro. Esta lógica humanitaria no significa que la sostenibilidad de un medio comunitario pueda llevarse a cabo sin recursos monetarios, todo lo contrario: la materialidad demuestra que son muchos y cada vez mayores los recursos económicos necesarios.

Principalmente, los recursos necesarios para lograr el funcionamiento de un medio comunitario pueden dividirse en dos grandes grupos: costos de instalación y costos de funcionamiento. Los costos de instalación hacen referencia a aquellos gastos que se realizan una sola vez (torre y antena, transmisor, consola, computadora, micrófonos, auriculares, paneles acústicos, parlantes, mobiliario, instalación eléctrica, entre otros). Por otro lado, los costos de funcionamiento requieren un seguimiento y un pago continuo (operadores, productores, periodistas, luz, gas, técnicos, limpieza, teléfono, alquiler).

Sostenibilidad Organizativa: bajo el paradigma de comunicación comunitaria también se tiene una mirada específica sobre la importancia de este punto. La dimensión organizativa hace referencia principalmente a cómo se produce la toma de decisiones políticas y de gestión en el medio.

Lo organizativo, está vinculado con la cultura organizacional, es decir, cómo funcionan los entramados y circuitos de decisiones en la institución más en general. Tomando en cuenta la necesidad de trabajar desde el acuerdo, el consenso y la coherencia con el proyecto institucional (Jaimes, 2014).

Este punto es de suma importancia porque en función del circuito de decisiones se marcará el rumbo de la línea editorial, criterios de agenda, actores sociales que participan en el medio, vínculo con la comunidad, entre otras.

En esta categoría también es importante delimitar los roles las personas que integran la organización de los medios de comunicación ¿Qué capacidad de decisión tiene cada participante? ¿Está abierta la organización a la participación de cualquier actor social? ¿La organización responde a una asamblea? ¿Es la toma de decisiones verdaderamente horizontal? Estas son algunas preguntas a las que el concepto de sostenibilidad organizativa pretende dar soluciones.

Sostenibilidad Social: Este último punto que integra al concepto de sostenibilidad hace referencia al nivel de vinculación de un medio de comunicación con su

respectiva comunidad. En este sentido entendemos que la vinculación de un medio de comunicación con otras organizaciones que compartan una visión de la realidad y un fin político común es fundamental. Entonces este punto abarca el análisis sobre las relaciones que tejen los medios con otros actores sociales. Estos actores pueden ser: organizaciones sociales, partidos políticos, universidades, movimientos culturales, movimientos indígenas, uniones vecinales, escuelas, entre otros.

Esta vinculación política es la que posibilita la construcción de un discurso contra hegemónico que visibilice y ponga como protagonista a actores alternativos. Entonces frente a determinado hecho de la realidad, la construcción del relato en un medio comunitario se producirá haciendo foco en los actores sociales con quienes se hayan tejido estas relaciones.

Análisis de sostenibilidad y experiencias de Radio La Lechuza

Radio La lechuza está ubicada en Pocito, una localidad semiurbana de la provincia de San Juan. La antena de la radio cubre 50 km a la redonda y también puede escucharse en su página web.

La radio surge ante la necesidad de visibilizar el trabajo militante de la organización civil Retamo. La organización surgió en el año 2001, en un contexto de extrema crisis económica y política en todo el país. En este contexto, retamo logró realizar un importante trabajo territorial en la comunidad de Pocito. El hecho de que la radio surge a partir de una organización dedicada al trabajo territorial, significa que desde sus inicios, la radio ya tiene una importante vinculación con la comunidad. Desde el punto de vista de la sostenibilidad social, La Lechuza tiene un fuerte compromiso con los y las vecinas de Pocito y especialmente del Abanico.

La organización creció y tuvo sus primeras experiencias con el periodismo a través de una revista que tuvo como protagonistas a niños y niñas de la zona. En 2009 a raíz de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, La Lechuza evaluó la posibilidad de convertirse en una radio legal. Así con una antena manufacturada y una situación económica adversa la radio comenzó a dar sus primeros pasos.

La radio comenzó a construir su línea editorial y un posicionamiento determinado de manera asamblearia. A través del consenso y el diálogo los y las integrantes de la radio construyen la visión de determinados hechos de la comunidad. La Lechuza levanta las banderas de las luchas contra la mega minería, contra el machismo, contra la violencia institucional, en defensa de la universidad pública, entre otras. Estas temáticas tienen la característica común de ser luchas contra hegemónicas,

que son invisibilizadas por la agenda de los medios comerciales sanjuaninos.

La forma horizontal de consensuar el camino de la radio está relacionada con el concepto de sostenibilidad organizativa. Actualmente la radio cuenta con un equipo de periodistas, movileros y productores de programación que integran la organización. Esta organización consensua la línea editorial, la agenda y la gestión en general del medio de manera asamblearia. Justamente el lema de la radio es "comunicación sin patrones", porque La Lechuza reivindica las experiencias de radios comunitarias en América Latina y concibe la comunicación como un derecho, no como una mercancía.

La Lechuza es un medio de comunicación con un horizonte político claro: lograr el empoderamiento de los sectores populares. En pos de lograr este objetivo, la radio busca dar voz a los actores sociales que son dejados de lado en el mapa de medios de comunicación de San Juan. La radio pretende construir su relato de los hechos a partir de miradas contra hegemónicas. Organizaciones sociales, partidos políticos, movimientos feministas, vecinos pocito, estudiantes en defensa de la universidad pública, artistas locales, trabajadores de la economía popular y regional, son ejemplos de actores sociales que La Lechuza toma en cuenta para lograr una mirada crítica de los hechos. Esta característica resulta fundamental teniendo en cuenta que el mapa de medios en San Juan está conformado mayoritariamente por medios comerciales y oficialistas.

Otro punto importante para destacar en relación a la sostenibilidad social y organizativa es que La Lechuza forma parte de la red FARCO de radios comunitarias. Este enlace permite vincular a la radio con espacios de debate con medios comunitarios de todo el país. Además permite a La Lechuza a tener acceso a los informativos y noticias de la red que forman parte de su programación.

Respecto a la sostenibilidad económica, la radio se financia a partir de varias fuentes distintas. Por un lado La Lechuza gestiona un club de amigos que recibe aportes de distintos actores vinculados al medio, estos son particulares, allegados, instituciones y organizaciones sociales. Otra fuente de financiamiento son los subsidios de los FOMECA, en los cuales la radio concursa. Finalmente la radio recibe una pauta publicitaria de la municipalidad de Pocito, que expresamente no influye en la línea editorial del medio o en la manera de consensuar la agenda.

Radio La Lechuza cuenta con un establecimiento equipado, con antenas, computadoras, micrófonos y paneles acústicos. La radio cuenta con periodistas asalariados que permiten un desarrollo estable del medio. Además la estabilidad de recursos permite la gestión de una página web y redes sociales actualizadas.

Sostenibilidad de Radio Campesina Indígena

Radio Campesina Indígena tiene sus inicios en el año 2010 aproximadamente, la iniciativa de un grupo de adolescentes de la comunidad del Encón que no lograron concluir los estudios secundarios debido a la ubicación de la zona. En este contexto, los jóvenes comenzaron a tener contacto con una escuela de educación popular ubicada en Mendoza, creada por el Movimiento Indígena. Este movimiento les propició equipos de radios usados, viejos y luego de un tiempo estos jóvenes olvidados por el sistema dieron paso a la comunicación popular.

La radio la construyeron entre vecinos/as, es un rancho de palos, chapas y botellas. Es la única fuente de comunicación entre los habitantes y en términos materiales cuentan con lo indispensable: instalación eléctrica, antena, consola, un micrófono y una computadora sin acceso a internet. Radio Campesina Indígena contiene varios conflictos de sostenibilidad económica. Los ingresos con los que cuentan no llegan a solventar la radio en temas de producción, los sueldos para las personas que integran la radio son nulos. De esta manera se llevan a cabo distintas actividades dentro de la comunidad, para lograr los gastos mínimos, por ejemplo: bingos, bailes, ferias, entre otras. Además, cuentan con un ingreso de la municipalidad de 25 de Mayo, en calidad de pauta publicitaria oficial, que es destinado a pagar el servicio de luz. Radio Campesina Indígena pudo participar de un concurso de los FOMECA y logró obtener la mitad del subsidio. Actualmente, no volvieron a postular al concurso nuevamente debido a la falta de personal, de tiempo y de conocimientos para realizar este tipo de trámites.

La situación económica es un limitante para el medio comunitario, y más aún en el contexto sociopolítico y económico a nivel nacional. En otro momento, los habitantes del Encón podían participar más en la radio, dedicarle tiempo, armar producciones. Sin embargo, en el periodo actual, sumado a la falta de trabajo, también es algo que afecta a este medio de comunicación.

A Radio Campesina Indígena la integran un total de 6 personas permanentes, a los que se suman compañeros de la Comunidad Huarpe esporádicos y otros integrantes del Movimiento Nacional Campesino Indígena. Así mismo, la radio desarrolla trabajos con la Red de Radios Rurales, participando de encuentros y siguiendo la misma línea de la red. La radio representa un medio de comunicación de la gente del campo, es escuchar su propia voz. Además, intentan proceder con un lenguaje no sexista y cuestiones vinculadas al género.

La programación de Radio Campesina consta de un informativo que se emite los días jueves. También, hay otro programa que se emite los jueves y viernes por la tarde que lo produce un vecino de la localidad del

Encón. Este programa es el más escuchado de la radio, no posee una temática específica, más que nada son saludos o asuntos del campo. Las personas que integran la radio tienen como objetivo materializar columnas de género, proponer contenidos concretos, determinados, profundizar en noticias locales, sin embargo, los limitantes económicos ponen sus trabas.

Existe una vinculación de Radio Campesina, como dijimos con anterioridad, con Movimientos Indígenas, Red de Radios Rurales, además de la Defensoría del Público, Radio La Lechuza y algunas radios de la Provincia de Mendoza.

La toma de decisiones dentro de Radio Campesina Indígena es totalmente horizontal, no tienen roles definidos. Los y las vecinas están invitados/as a participar, producir contenido, pero sigue estando presente la dificultad laboral, el sueldo, la comida. Cabe decir que hoy Radio Campesina Indígena no cuenta con una persona que cumpla el rol de operador.

Consideraciones finales

Ambas radios están situadas en contextos territoriales, económicos, sociales y culturales diferenciados. Es posible lograr líneas comunes que atraviesan la labor de ambas experiencias en cuanto a comunicación comunitaria, sin embargo entendemos que los roles de las radios en sus respectivas comunidades son diferentes.

Las luchas de ambas experiencias son comunes, pero en escenarios distintos. Por un lado La Lechuza se consolida como un medio estable con una trayectoria firme en Pocito, y por otro lado Radio Campesina Indígena actualmente tiene sus serias dificultades para mantenerse en pie que son propias del territorio.

Balancemos que ambos medios cumplen un rol fundamental en sus comunidades porque significan un actor social comprometido. El periodismo de servicio a la comunidad, las luchas sociales y la comunicación para una localidad en la cual no hay acceso a otros medios es indispensable. En este sentido, la comunidad del Encón y de Pocito necesitan medios con compromiso social. Medios que logren dar soluciones a problemáticas propias de la cultura rural. Machismos, abusos, falta de acceso a necesidades básicas y vinculación territorial son sólo algunos ejemplos de tareas que logra sintetizar la radio.

Consideramos que la reivindicación de las experiencias de comunicación comunitaria y su comprensión histórica son fundamentales para superar injusticias y transformar la realidad de las comunidades. Por otro lado el análisis de la sostenibilidad nos permite dar una mirada más crítica sobre los medios y nos permite comprender como funcionan.

Creemos sobre todo, que la gestión de medios comunitarios en contextos adversos, es posible y necesario. Por eso la disputa de sentido frente a un paradigma hegemónico de comunicación es nuestra labor como comunicadores comunitarios.

Bibliografía

(s.f.).

Badenes, D. (2014). *Historia de los Medios de Comunicación*. Buenos Aires: Universidad Virtual de Quilmes .

Jaimes, D. (2014). *Gestión de Medios Comunitarios y Populares*. Buenos Aires.

Segura, S. (2016). *Los medios comunitarios, populares y alternativos de Argentina desde la Ley Audiovisual. De la lucha por la legalidad al debate sobre la sostenibilidad*. Buenos Aires: Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.

Vinelli, N. (2014). *La Televisión desde abajo historia, alternatividad y periodismo de contrainformación*. Buenos Aires: El Río Suena.



EJE N°2



Comunicación pública de las ciencias

CIENCIA INCLUSIVA. FORMAS DE COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA PARA PÚBLICOS CON DISCAPACIDAD.

El caso de “Suen a Ciencia y Tecnología” destinado a personas con discapacidad visual

Pizarro, Hugo Ignacio

Nieva, María Laura

Carranza Giojalas, Victoria

Ramunda, Silvina

Prieto, María Constanza

González, Natalia

Leoni, Javier

FCC - UNC

La ciencia y la tecnología constituyen variables de enorme relevancia para la comprensión de las dinámicas sociales, económicas y culturales contemporáneas. En este marco, y con el objetivo de problematizar la percepción de la ciencia que posee una porción específica de nuestra sociedad sobre la misma, en este caso un grupo de jóvenes ciegos que concurren a la Fundación Gaude de la ciudad de Córdoba, es que se ha planteado este trabajo que se viene realizando desde hace dos años y cuyo proceso está en pleno desarrollo.

Cabe destacar que este trabajo pretende mostrar el resultado de una investigación realizada por el equipo de investigación dirigido por el Dr. Hugo Ignacio Pizarro, co-dirigido por la Lic. Natalia González e integrado por María Laura Nieva, Silvina Ramunda y Constanza Prieto. El mismo fue financiado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Provincia de Córdoba, tiene como precedente un minucioso estudio avalado y financiado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba y realizado por un grupo de trabajo conformado por alumnos de la Especialidad en Comunicación Pública de la Ciencia y Periodismo Científico que dicta conjuntamente la Facultad de Ciencias de Comunicación y la Facultad de Matemáticas, Astronomía y Física de la Universidad

Nacional de Córdoba, conjuntamente con el Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Provincia de Córdoba.

En aquel proyecto se indagó la percepción/accesibilidad sobre la ciencia y la tecnología que tenía un sector de la comunidad educativa de la Universidad de Córdoba: estudiantes ingresantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de la Facultad de Matemática, Astronomía y Física. Los resultados obtenidos permitieron definir algunas concepciones sobre la ciencia que poseen los estudiantes y cómo la mayoría de éstos la vinculan exclusivamente con las ciencias exactas y naturales, excluyendo a las ciencias sociales; entre otros resultados no menos interesantes. Esto permitió pensar que si bien se han podido observar diferencias entre las respuestas que brindaron los alumnos de las diferentes carreras, propias del ámbito de estudio y de la elección o afinidad con las temáticas que se estudian en cada una de las orientaciones que ofrecen ambas casas académicas, lo cierto es que hay una visión general de la ciencia muy similar en ambos casos y de la importancia que esta reviste para el desarrollo de un país.

En este marco, para la población en general, la ciencia frecuentemente aparece como un campo lejano o asociado a lo complejo. En el caso de las personas con discapacidad visual el reto es aún mayor ya que tradicionalmente la enseñanza formal de la ciencia se apoya de manera significativa en recursos visuales o tecnológicos que con frecuencia son inaccesibles para ellos. Desde esta perspectiva, los jóvenes con discapacidad visual, ciegos o con baja visión que concurren a la Fundación Gaude se enfrentan a dificultades para acceder al conocimiento y aprender al no contar con un ambiente o recursos didácticos accesibles, amables, lúdicos, atractivos y propicios en su entorno o situación, que les permitan tener acceso con las mismas oportunidades que el resto de la población.

Ante lo expuesto fue necesario plantear como objetivo de este trabajo acercar conocimiento específico de la ciencia y la tecnología, proponiendo un espacio de problematización de las ciencias, las instituciones científicas, los científicos y las percepciones de la misma tanto a la sociedad en general, como, a través de su carácter inclusivo, a personas con discapacidad visual, ciegas o con baja visión, en particular. Para ello el equipo de investigación generó diversos microrrelatos sonoros de divulgación científica que han tenido como principal función la de favorecer la accesibilidad al conocimiento científico tecnológico de diversos públicos, haciendo hincapié en personas antes mencionadas.

La percepción pública de la ciencia

Durante los últimos años, la percepción pública de la ciencia y la tecnología se ha instalado en un lugar

significativo de la agenda político-social de numerosos países, entre los que se incluye a la Argentina. En el marco de los estudios sociales de la ciencia y la tecnología han emergido varias líneas de trabajo, entre las que se encuentra la relacionada con la percepción pública acerca de la ciencia y la tecnología, que se refiere a la imagen con ellas asociada y a las nociones y expectativas que contienen alguna carga valorativa de cada una de estas dos entidades.

El interés manifestado por la ciencia, la valoración que se hace de la misma y los usos y repercusiones que a ella se asocian están directamente relacionados con la percepción social. Así el significado, el uso y las aplicaciones que haga la población en su vida cotidiana, signada por su grupo socio económico, de edad, de género o de sector (como lo planteamos en este estudio) de la ciencia y tecnología.

Cómo se instrumentó el proyecto

Para conocer la realidad de las personas con discapacidad visual y a modo de diagnóstico se seleccionó una muestra intencional, grupo de jóvenes que concurren a la Fundación Gaude de un rango etario entre 16 a 28 años, para indagar sobre sus preferencias en relación a productos comunicacionales en general. Sus opiniones y actitudes fueron abordadas mediante la técnica cualitativa del focus group, la cual fue llevada a cabo en una jornada de convivencia y actividades didácticas en la fundación donde concurren los jóvenes. Para indagar qué tipos de estructuras de formatos audio, audiovisuales y digitales ágiles son los que se encuentran más familiarizados con el grupo estudio, se realizó un taller de radio. Con la información obtenida se comenzaron a elaborar la premisa y sinópsis de las historias para comenzar a armar el marco narrativo previo a la escritura de los guiones de los seis microrrelatos.

La tarea principal posterior fue la creación de los personajes y la situación en la que estarían insertos los mismos tratando de presentar acontecimientos cotidianos en los que los fenómenos científicos estén cuestionados o planteados.

Una vez esbozados los lineamientos de la historia, fue preciso comenzar a diseñar los diversos microrrelatos, no sin antes exponer ante nuestro público testigo (los jóvenes de la Fundación Gaude) la historia para conocer qué tan comprensible era la misma para ellos. Luego de las correcciones y redacción final de los guiones, se procedió a la etapa de grabación a cargo del reconocido grupo de teatro que recorre diversos escenarios del país llamado Teatro. Luego de la etapa de grabación se procedió a la etapa de posproducción, una de las etapas más complejas en las que no sólo se tuvo que ir alternando las voces de los actores sino también los efectos y música como así

también los silencios, cuyas combinaciones conforman un rico producto.

Algunas consideraciones finales

Respecto a los objetivos planteados para la concreción de este proyecto es pertinente aclarar que la articulación interinstitucional ha sido muy fructífera, por un lado para conocer la realidad de la investigación que viene desarrollando una institución científica pública (CINTRA, dependiente de la Universidad Tecnológica Córdoba) y poder difundir a través de nuestro trabajo parte de los resultados de sus estudios; como así también conocer la realidad que viven decena de jóvenes con discapacidad visual a través de la Fundación Gaude.

La concreción de esta actividad ha logrado romper con la barrera de la complejidad y grado de abstracción que se percibe con respecto a la ciencia para con los destinatarios de nuestro producto de divulgación: los jóvenes que concurren a la fundación Gaude.

Bibliografía

POLINO, Carmelo (2014). "Percepción social de la profesión y las carreras científicas. La situación en Argentina y España", en Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología en España – 2012, Madrid, Fundación Española de Ciencia y Tecnología (FECYT).

EL GOZO INTELECTUAL DE LA CIENCIA EN LA PRIMERA INFANCIA. DISEÑO Y ADAPTACIÓN DE JUEGOS DIDÁCTICOS PARA UN JARDÍN MATERNAL DE OLAVARRÍA

Ennis, María Victoria

**FCS - UNICEN- INTELYMEC - Facultad de Ingeniería,
UNCPBA/victoriaennis@gmail.com**

Palabras claves: Comunicación científica; Juegos; Niños; Educación pre-escolar; Física; Lógica.

Introducción

“Jugando con CiPI. Ciencia para la primera infancia” es un proyecto compuesto por dos juegos para exterior basados en conceptos de física y funciones lógicas diseñados especialmente para niños de entre 0 y 3 años. El objetivo es ofrecerles herramientas didácticas adecuadas para que mediante la exploración, la experimentación y el juego vivencien fenómenos físicos y lógicos y perciban a través de ellos, relaciones de causa y efecto, acción y reacción. Se busca acercarles una primera aproximación sensorial e intuitiva a la ciencia mediante el aprendizaje práctico basado en la interacción con su entorno.

Los juegos están pensados especialmente para la etapa sensorio-motora comprendida, según el psicólogo y biólogo suizo Jean Piaget, entre los 0 y los 2 años y extendiéndose hasta los 3 años para abarcar el rango etario que comprenden los jardines maternos.

Los niños de esa edad se encuentran en un estadio de madurez en el que desarrollan habilidades motrices, lingüísticas y emocionales. La experimentación sensorial es una herramienta primordial en esta etapa para comenzar a explorar el comportamiento de los objetos que les rodean y las lógicas que los dominan. El principio de causa y efecto es explorado por los niños ya desde los 4 a 5 meses y a medida que adquieren las habilidades de gatear, caminar y hablar ganan autonomía progresivamente, comienzan a desarrollar el pensamiento lógico y a ser capaces de resolver problemas por sí mismos y con el acompañamiento de un adulto. En esta etapa y en el contexto del jardín maternal, los docentes actúan como ‘andamios’, en términos de Lev Vigotsky, guiando y sosteniendo el aprendizaje infantil.

Los juegos se desarrollaron como trabajo final de la Diplomatura Universitaria Superior en Comunicación Pública de la Ciencia de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (en adelante UNCPBA) junto al grupo de trabajo “Eureka, juegos conectados”, el Núcleo de investigación Intelymec, ambos pertenecientes a la Facultad de Ingeniería de Olavarría de la misma Universidad y el grupo de madres y padres de la sala de 2 años del Jardín Maternal Upa Lalá que depende de esa misma casa de altos estudios. El producto es diseñado en conjunto entre la autora de este Trabajo Final de Integración en su doble rol como alumna de la Diplomatura y docente adjunta de la asignatura Periodismo Científico de la carrera de Periodismo, con el apoyo de la Facultad de Ciencias Sociales y los equipos de Intelymec y Eureka. La financiación está a cargo del grupo de madres y padres y la UNCPBA y el juego será donado a Upa Lalá. A fines de 2019 se prevé una evaluación sobre los usos e interacciones reales que le hayan dado los niños y las potencialidades del juego para

su corrección u optimización si resultara necesario.

Marco teórico

Las hamacas y compuertas digitales hidráulicas son materiales educativos que apoyan el desarrollo de una experiencia de aprendizaje. Como dice Gabriel Kaplún: “Entendemos por material educativo un objeto que facilita una experiencia de aprendizaje. O si se prefiere, una experiencia mediada para el aprendizaje” (Kaplún, G. (2002). “Contenidos itinerarios y juegos. Tres ejes para el análisis y la construcción de mensajes educativos”, Pág. 1). Estos juegos pretenden, como refiere el autor, parecerse a esos buenos materiales ‘propriadamente’ educativos que han procurado alejarse del didactismo. Para decirlo claramente; Jugando con CiPI intenta camuflarse con la diversión. Esta estrategia es clave para llegar con algún tipo de éxito a un público de tan corta edad.

Esta propuesta se enmarca en el modelo de comunicación pública de la ciencia etnográfico contextual. No sólo porque viene a resolver una demanda específica y a articular instituciones con intereses comunes sino porque es intrínsecamente participativa. Desde su gestación hasta su aplicación. Sin la participación de los padres y madres, los docentes y los niños, no hay ciencia. La ciencia de este proyecto se activa cuando se inicia el primer movimiento pendular de la hamaca o cuando se abre la primera llave de paso para ver qué pasa.

Uno de los mayores exponentes de la teoría del aprendizaje es el psicólogo y biólogo suizo Jean Piaget (1896-1980) quien explica el desarrollo cognitivo en cuatro etapas: la sensoriomotora, la preoperacional, la de las operaciones concretas y la de las operaciones formales. Los juegos de Ciencia para la Primera Infancia (CiPI) están diseñados y adaptados para la etapa sensorio-motora (0-2 años) y hasta los 3 inclusive puesto que es la edad con la que transitan el último año de maternal la mayoría de los alumnos. Dado que, desde la óptica de Piaget, el conocimiento se construye en un proceso en el que el rol del sujeto es primordial y en el que además, según Lev Vygotsky (Vygotsky, L. S. (1978) “Pensamiento y Lenguaje”. La Pleyade.), el entorno es determinante, los juegos Ci PI y la interacción que proponen permitirán a los niños construir las bases para un conocimiento que podrán seguir desarrollando en el futuro. Las hamacas con períodos¹ diferentes y las compuertas digitales hidráulicas que representan las compuertas lógicas² permiten a los niños experimentar aspectos fundamentales de la ciencia como las relaciones de causa y efecto, la fenomenología

1 El período es el tiempo en el que un objeto tarda en realizar una oscilación completa.

2 Las compuertas lógicas son circuitos que comunican entradas y salidas de energía. Los tres tipos básicos son: OR, AND y NOT.

y el razonamiento lógico deductivo. Las docentes actúan como ‘andamios’, en términos de Lev Vigotsky, apoyados sobre las vivencias corporales, sensoriales y mentales, guiando y sosteniendo el aprendizaje infantil.

El juego es el principal método de aprendizaje en la infancia y sobre todo en la etapa preescolar en la que los conocimientos son construidos a través de la exploración, sin el andamiaje institucional de la escuela. La pedagogía de María Montessori, como las Escuelas de la Infancia de Reggio Emilia (Branzi, A. (2009) et al. Niños, espacios, relaciones. Metaproyecto de ambiente para la infancia. Reggio Children, Domus Academy, Research Center) pretenden conservar mucho de ese espíritu ofreciendo espacios, objetos y actividades basadas en la observación y la experimentación lúdica. Se trata de poner a su alcance juegos de los que apropiarse y sobre los que puedan intervenir para explorar fenómenos, formas, variables, causas, efectos.

Antecedentes

Este proyecto nace de diversas necesidades yuxtapuestas a mediados de 2018. En primer lugar, el planteo de madres y padres de egresados del jardín Upa Lalá de donar un legado a esta institución como ya es tradición desde hace varios años y que ese legado responda una demanda del jardín; en esta oportunidad, un juego de exterior para el patio. Por otro, la necesidad de construir un producto de comunicación pública de la ciencia como trabajo final de la Diplomatura Superior en Comunicación Pública de la Ciencia que la autora cursa.

Algunos jardines maternos de la ciudad cuentan con juegos de exterior destinados fundamentalmente a estimular el desarrollo físico de los niños, pero no se registran casos de juegos de promoción científica en maternos ni de infantes. El único antecedente de este tipo es el del Programa de divulgación Eureka! Juegos Conectados que ya en 2018 se encuentra en la etapa de instalación de cinco juegos de diseño propio en el bioparque municipal La Máxima. El público meta de Eureka! son principalmente niños a partir de 6 años, mientras que la presente propuesta apunta a la primera infancia (0 a 3).

Descripción de los juegos

“Lógicacuática” se trata de un juego pensado y diseñado por la autora de este trabajo junto a INTELYMEC especialmente para los alumnos del jardín maternal Upalalá en el marco de este proyecto. Está compuesto por 3 circuitos acuáticos (o compuertas digitales hidráulicas) construidos con mangueras cristal y llaves de paso que se conectan alternadamente a un dispenser con agua de

color con el fin de hacer visible el agua que circula (o no) por dentro de las mangueras. Esto responde, además, a que el patio exterior del Jardín Upalalá aún no cuenta con conexión de agua. No obstante, el juego está construido de manera que en el futuro puedan conectarlo a una canilla. Esta tríada lúdica representa las 3 compuertas lógicas más básicas de la electrónica digital: AND, OR y NOT. El hecho de usar agua permite hacer visible y palpable la ‘energía’ que circula por el sistema así como las consecuencias de abrir o cerrar las llaves: los niños ven si el agua colorida pasa o no y por dónde lo hace. El objetivo lúdico final es que el agua salga por un dispensador con forma de animal colocado al final del circuito, como se grafica en la Figura 4.



Figura 4. Ejemplo de dispensador a aplicar

En la compuerta AND, los niños experimentan que es necesario abrir todas las llaves para que el agua pase y llegue a salir por el dispensador, como muestra la Figura 1:



Figura 1. Compuerta AND

En el OR, observan que abriendo cualquiera de las llaves, el agua pasa por una parte del circuito y llega al dispensador, como puede verse en la Figura 2.

Finalmente, en el NOT la respuesta es la contraria a la que se le indica. Si abren la llave, el agua no pasa. Si la cierran, pasa. Esto se logra invirtiendo el sentido convencional de la llave al momento de la colocación o construcción del dispositivo (Figura



Figura 3. Compuerta NOT

Las “Periodicamacas” constituyen una adaptación conjunta de un juego diseñado por el equipo de Eureka! Juegos Conectados. También se trata de una tríada pero esta vez, de péndulos amarrados a distinta altura de manera tal que existan períodos de oscilación diferentes en cada una. La adaptación consiste en la reducción a escala menor y el reemplazo de las sillas por un tipo más envolvente, más segura para niños menores de 4 años (Figura 5).

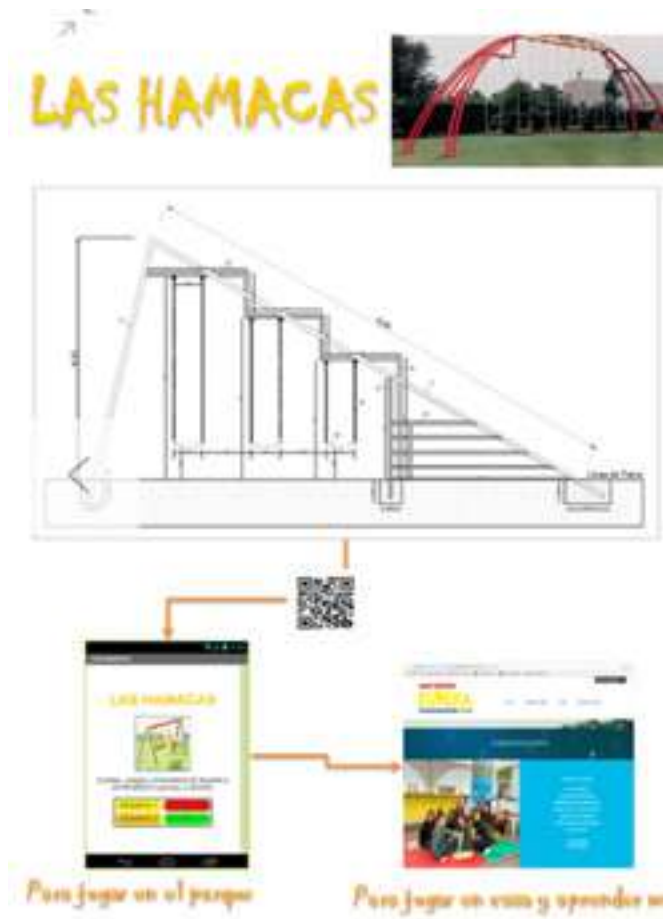


Figura 5. Hamacas.

Resultados

En 2019 el patio que utiliza el Jardín Maternal Upalalá

es puesto en venta. Su utilización hasta el momento era una concesión del propietario, quien a inicios de este año decide ponerlo en venta. Por esta razón, se suspende la instalación de las hamacas diseñadas y la institución resuelve destinar el dinero donado a la compra de otro tipo de juego que pueda ser utilizado dentro del maternal. Un modelo más grande de las hamacas, no obstante, se encuentra emplazado en el acceso al Museo Municipal de las Ciencias (en Avenida Pellegrini al 4200). Está diseñado para niños a partir de los 7 años, pero pueden utilizarlo niños de entre 3 y 6 con ayuda de una persona adulta.

El armado de ‘Logicacuática’, por su parte, continúa en desarrollo y será entregado a la institución a mediados de 2019, ya que por sus dimensiones sí puede ser utilizado en el patio interno del jardín. En observaciones con paneles y cajas didácticas similares utilizadas dentro del mismo Maternal y en la inauguración de las hamacas del Museo de las Ciencias, se pudo observar y teorizar el proceso de aprendizaje particular que propicia la interacción con este tipo de juegos. En base a esas observaciones se decidió volcar las conclusiones en un relato narrativo basado en el texto de Jorge Wagensberg Lubinski “La Educación vía el gozo intelectual” publicado en Educación en museos: artefactos, conocimientos y sociedad (2013). El material está disponible en el siguiente link:

<https://docs.google.com/document/d/1niGyn89Z49W64lJOgcsSasZPczVXxMl6mR5yva775vg/edit?usp=sharing>

También se elaboró un material audiovisual con el fin de explicar en pocos minutos la propuesta. Dicho material está disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=4g-T83A-EjQ>

El desarrollo de los juegos permitió explorar nuevas vías de comunicación pública de la ciencia en públicos infantiles poco explorados comprendidos en la primera infancia. El trabajo interdisciplinario se evidenció como la metodología más completa para concretar los objetivos propuestos y satisfacer la demanda inicial. Queda por comprobar, en el corto plazo, la real apropiación de los juegos diseñados y adaptados por parte de los niños.

Conclusión

Las puertas que se abran en la primera infancia difícilmente puedan cerrarse después. Toda la experiencia sensorial y emocional en esa etapa es fundante. Habilitar en ese momento este tipo de aproximación a la ciencia permite abrir para siempre un portal al gozo intelectual que Jorge Wagensberg Lubinski define como el “que ocurre en el momento exacto de una nueva comprensión o de una nueva intuición”. En el mismo sentido, Montessori entiende que “es el niño quien se crea a sí mismo revelando la persona en la que puede transformarse.

Esa transformación es su principal tarea, una tarea intensa e incesante que lleva a cabo naturalmente y con una inmensa alegría”. Esa alegría, subraya, debe ser tomada como un indicador de los aciertos del sistema educativo. Un sistema que, en crisis y obsolescencia, está conminado a cambiar. “El nuestro es un tiempo de paso, la nuestra es una generación de paso, que está llamada a vivir una verdadera ‘época proyectual’: una época en la que es imposible usar los viejos parámetros pedagógicos, arquitectónicos, valorativos, sociales y educativos, y en la que entonces se hace indispensable atreverse a lo nuevo y proyectar futuros” (Rinaldi, Carla (2009). El ambiente de la Infancia. En Niños, espacios, relaciones. Metaproyecto de ambiente para la infancia. Reggio Children, Domus Academy, Research Center. Pág. 114). Sobre esa concepción fueron diseñadas las hamacas y el circuito acuático del proyecto CiPI.

Bibliografía

Bee, H. (1985). *The developing Child*. Harper & Row publishers, New York, 4ª edición.

Branzi, A. (2009) et al. Niños, espacios, relaciones. Metaproyecto de ambiente para la infancia. Reggio Children, Domus Academy, Research Center.

Chaves Salas, A. L. (2001) Implicaciones educativas de la teoría sociocultural de Vigotsky. *Revista Educación* [en línea] 2001, 25 (septiembre): [Fecha de consulta: 1 de febrero de 2019] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44025206>> ISSN 0379-7082

Cortassa, C. (2012). La ciencia ante el público. Dimensiones epistémicas y culturales de la comprensión pública de la ciencia. Buenos Aires: Eudeba, Introducción y cap. 1.

Franco Avellaneda, M. (2013). “Educación en museos: artefactos, conocimientos y sociedad. En *El museo y la escuela. Conversaciones de complemento*, Parque Explora, Medellín, Colombia, pp. 43-52.

Gross, R. (2005). *Psychology, the science of mind and behaviour*. Hodder Arnold Publication, 5ª edición.

Hodson, D. (2013). “La Educación en Ciencias como un llamado a la acción” *Archivos de Ciencias de la Educación*, Universidad Nacional de La Plata Vol. 7, Núm. 7, pp.1-15.

Kaplún, G. (2002). “Contenidos itinerarios y juegos. Tres ejes para el análisis y la construcción de mensajes educativos”, ponencia presentada en VI Congreso de ALAIC - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, junio de 2002.

Lillard, A. and Else-Quest, N. (2006). “Supporting Online Material for. Evaluating Montessori Education”, *Revista Science*:

<http://science.sciencemag.org/content/suppl/2006/09/26/313.5795.1893.DC1>

Negrete Yankelevich, A. (2012). “La comunicación de la ciencia” en *La divulgación de la ciencia a través de formas narrativas*, Dirección General de Divulgación de la Ciencia. Centro de investigaciones interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 23-46.

Pedersoli, C. (2017). Clase 1: La educación científico-tecnológica en escenarios sociales y culturales. Y Clase 4 (2018). Escenarios y propuestas de la educación socio-cultural en ciencia y tecnología (Primera parte). Diseño de proyectos de educación científica y tecnológica. Área de Educación a Distancia - Facultad de Ciencias Sociales – UNCPBA.

Psicología del desarrollo humano. (2018). Ciclo de Profesorado de Disciplinas Industriales. Universidad Tecnológica Nacional. Instituto Nacional Superior del Profesorado Técnico.

Vygotsky, L. (1979) *Pensamiento y lenguaje*. L a Pléyade, Buenos Aires.

LAS ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS DE LA PRENSA GRÁFICA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS DEL SIGLO XX. UN ESTUDIO DE CASO

45

Loyola, María Inés

FCC – UNC loyolamariaines@yahoo.com.ar; maria.ines.loyola@unc.edu.ar

Palabras claves: discurso periodístico; discurso didáctico; infografía periodística; texto expositivo

Presentamos aquí los resultados de un estudio que abordó las transformaciones ocurridas en el periodismo gráfico argentino en los últimos veinte años del Siglo XX. La investigación se sitúa en la última década del siglo XX y el

comienzo del nuevo, pero cabe aclarar que desde la década de 1980 los avances de las nuevas tecnologías llevan a un reacomodamiento de los medios de comunicación. En ese período se observa una transformación cualitativa en el periodismo gráfico, que redefine el lenguaje periodístico, estandariza la información y aligera las diferencias entre los periódicos. En este contexto, los diarios incorporan en casi todas sus secciones infografías que aportan datos acerca de cómo ocurrió un hecho, cuáles son las etapas de un proceso o las partes de un objeto.

En esta comunicación se abordan los acercamientos entre los discursos periodísticos y didácticos a partir de un estudio de caso que se centra en la incorporación de la infografía en las páginas de los diarios. En la clasificación de las infografías periodística, damos cuenta de un tipo, relacionado con la graficación de objetos o sistemas, en las que prevalece una relación con el texto expositivo o explicativo, más que con el narrativo.

Aproximaciones teóricas y metodológicas

La investigación se sitúa en un cruce en el que se intersectan el análisis de la noticia, el campo de las comunicaciones masivas y la historia de la cultura, incluyendo en este punto los aportes de Chartier (1994; 1995; 1996; 2006) en relación a las mutaciones observadas a lo largo de la historia en lo que denomina “la cultura gráfica”, concepto que el teórico francés toma de Petrucci (1986). Así se propone integrar el estudio propio del discurso de la información, con las formas y materialidades del soporte (Genette: 2001) en un cruce con las complejas decisiones que en relación a la noticia se toman en el seno de las instituciones mediáticas, sin descuidar que en todo el proceso está presente y se advierte en el soporte mismo, un lector previsto, aquél que es el destinatario del discurso (Martini: 2000; 2017).

Una primera aproximación al tema parte de entender el fenómeno del discurso periodístico como un proceso de *transacción* (Charaudeau, 2003), en el sentido que existe un saber que alguien posee y el otro no. Esta caracterización del discurso de la información, en el sentido de poner en juego un saber nos permite diferenciar (y acercar) el discurso informativo de otros discursos. El discurso *informativo* y el *didáctico* tienen en común la explicación. Charaudeau aclara que no se trata de una “explicación demostrativa”, sino de “una explicación explicitadora”, con un marco de inteligibilidad accesible a la mayoría”. Se trata, afirma, de una actividad de divulgación (2003: 70 y ss). En este sentido, la mostración del objeto, su graficación, su partición en sus aspectos fundamentales, la división por etapas, y su respectivo esclarecimiento, en tanto partes de un proceso, colaboran en la inteligibilidad del objeto/tema/problema. Ahora bien, ¿cuál sería el alcance, en nuestro caso, de

esta “explicación explicitadora”? Explicitar en el sentido de “descubrir”, “revelar”, es decir quitar el velo o la tapa que cubre una cosa, un problema, para *ver, mostrar*, lo que hay en su interior, lo que muchas veces escapa a los ojos. Conocer lo que antes no se conocía o que se conocía superficialmente. En ese sentido el concepto de “revelar” se acerca más al de “*hacer visible*”; “*mostrar*” algo que permanecía oculto, que no está al alcance de los ojos, o que se desconocía.

Este estudio se inscribe en una perspectiva de investigación cualitativa, en tanto se propone comprender e interpretar un momento del periodismo gráfico en Argentina, aquel que se sitúa en el cruce de dos siglos que está caracterizado por la innovación tecnológica y los cambios en los hábitos de lectura, y que tiene en la infografía un elemento distintivo que ayuda a caracterizar la época. La opción por una metodología cualitativa tiene que ver con la pertinencia que ésta tiene para analizar fenómenos de la comunicación masiva. Además se encuentra justificada en la misma elección del objeto del estudio de este trabajo y en la necesidad de comprender el surgimiento de nuevas formas de comunicación en el marco del periodismo gráfico, en un momento determinado (Orozco Gómez; 1996: 67/9).

Discurso periodístico/discurso didáctico

En el corpus estudiado, La Voz del Interior y Clarín entre 1995 y 2002, advertimos que las infografías se ubican en casi todas las secciones de los diarios, incluida la tapa. De modo que todo tipo de información (noticias de diversos ámbitos geográficos: nacionales, internacionales, locales; de distintas temáticas: política, economía, policiales –robos, crímenes, accidentes-, informaciones locales de interés general, científicas, turísticas, etc.) han sido localizadas/explicadas/narradas mediante infografías.

A partir de este recorrido podríamos señalar que se trata de una transacción (transferencia) de saberes de orden práctico, en el sentido de conocimientos útiles para la vida en distintos ámbitos de la sociedad. Por ejemplo, datos útiles para conocer la evolución de la economía, la participación de los votantes, las características de un descubrimiento científico, el itinerario de un recorrido turístico, el modo en que ocurrió un acontecimiento, etc. En este sentido se trataría de un *hacer-saber; hacer conocer*, más que de un *hacer-hacer*.

Ahora bien, nos preguntamos sobre el modo de abordar ese conocimiento para ser posible el acto de transacción. Una primera presunción está relacionada con el uso de estrategias didácticas en la prensa. Intentaremos entonces acercarnos al problema de la didacticidad en los discursos cotidianos. Se trataría, en principio de una estrategia tendiente a volver al público lector del periódico más competente. Es por ello que se comprende la inclusión de

datos/conceptos que difícilmente puedan ser conocidos en toda su complejidad por el lector común. Sin embargo la inclusión de ciertas conceptualizaciones promueve una ilusión de conocimiento científico.

Dice Vicent Salvador que el periodismo encarna la tarea de la *gestión social de conocimientos* en tanto contribución necesaria, por parte de los medios de comunicación, al interés del público. “Así pues –señala-, la didacticidad periodística habrá de jugar, como instrumento de socialización, entre la vulgarización que se adapta a las competencias y los intereses del público y, del otro lado, la creación de una ilusión de inteligibilidad del discurso sagrado del experto”. En este sentido, agrega que cuando la prensa utiliza terminología técnica ayuda a construir una *ilusión colectiva de asequibilidad del discurso científico*.

Salvador (2001) insiste en la noción heurística de didacticidad, a partir de los trabajos de Cediscor, en tanto manifestación de una intención real o simulada de aportar al otro saberes nuevos. Esta mirada conjuga una dimensión cognitiva e interaccional que se proyecta en la materialidad de los textos. Es allí donde aparece la figura de la prensa, en tanto mediadora entre la comunidad de especialistas y el público masivo. Y en el discurso mismo se abre un abanico de posibilidades que va desde un “hacer-saber”, directamente ligado a un fin informativo; y el “hacer-aprender” más relacionado con un fin didáctico. (2000:115/6).

Si pensamos en las características de la *didacticidad* de los discursos que no son prioritariamente didácticos, por ejemplo los de la prensa, deberíamos poner el acento en manifestaciones lingüísticas (gráficas) que se observan en la materialidad del discurso: definiciones, explicaciones, formas icónicas de presentar la información. Ahora bien, cómo se crea esa ilusión colectiva de acceso al conocimiento, cómo se manifiesta esa didacticidad en el discurso: un aspecto relevante es la presencia del experto en el texto. Por lo general son convocados para aportar una definición; una explicación; una precisión; para aportar datos acerca del tema que se trata. A su vez, las fuentes autorizadas también están presentes en el desarrollo de la noticia. La alusión a las fuentes especializadas, tanto en el texto escrito como en la infografía, sumada a la repetición en ambos espacios de términos o conceptos claves para comprender el tema, o conceptos conexos que permiten desarrollar otras competencias (el caso de los malos olores/sistema olfativo) aparecen como una estrategia de didacticidad.

Finalmente podemos señalar que, en el corpus analizado, se advierte un lector modelo que demanda explicaciones didácticas y graficadas de la letra impresa y en consecuencia la simplificación de la información. En este sentido resulta posible establecer una relación entre el uso de la infografía en la prensa diaria y las características del texto expositivo/explicativo, como estrategia de

didacticidad, en la medida en que, a la par que aportan información, establecen relaciones, comparaciones, aglutinan características similares y también contrastan.

Bibliografía

AA.VV. (1992): *Un lieu d'inscription de la didacticité. Les catastrophes naturelles dans la press quotidienne*. Les Carnets du Cediscor. Presses de la Sorbonne Nouvelle.

Alcibar, Miguel (2004) “La divulgación mediática de la ciencia y la tecnología como recontextualización discursiva”. Revista Anàlisi N° 31. Universidad Autónoma de Barcelona. UAB.

Álvarez Angulo, T. (1993): “Sobre la comprensión y producción del discurso (aplicación didáctica a un texto). Revista Didáctica N° 5. Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid. UCM. Madrid

Álvarez Angulo, T. (1996): “El texto expositivo-explicativo: su superestructura y características textuales”. Revista Didáctica N° 8. Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid. UCM. Madrid

Álvarez Angulo, T. (2001): *Textos expositivos-explicativos y argumentativos*- Octaedro. Barcelona

Charaudeau, Patrick (2003): *El discurso de la Información, La construcción del espejo social*. Gedisa. Barcelona.

Hermelin, Daniel (2007): “Los desastres naturales y los medios en Colombia: ¿Información para la prevención? Revista Gestión y Ambiente. Volumen 10 N° 2. Universidad Nacional de Colombia. Instituto de Estudios Ambientales (Idea)

Martini S. (2000): *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Editorial Norma.

Martini S. y Pereyra, M. (comp.) (2017): *La noticia hoy. Tensiones entre la política, el mercado y la tecnología*. Imago Mundi.

Moirand, Sophie (1992): “Autour de la notion de didacticité”, en AA.VV. (1992): *Un lieu d'inscription de la didacticité. Les catastrophes naturelles dans la press quotidienne*. Les Carnets du Cediscor. Presses de la Sorbonne Nouvelle.

Salvador, Vicent (2002): “Discurso periodístico y gestión social de los conocimientos: algunas observaciones sobre la didacticidad”. Revista Anàlisi N° 28. Universidad Autónoma de Barcelona. UAB.

Valentino, A. Y Fino, C. (comp.) (2015): *La información como discurso. Recorridos teóricos y pistas analíticas*. EduLP. UNLP

UNA APROXIMACIÓN A LOS CASOS DE “EL GATO Y LA CAJA” Y “CONICET DIALOGA” EN FACEBOOK DESDE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Ruiz de Galarreta, Natali Sol

FDCS - UNCo / nataliruizdeg@gmail.com

Palabras claves: comunicación científica; redes sociales; multimedialidad; interactividad; nuevas narrativas

En las últimas décadas, se ha avanzado en la investigación sobre la comunicación científica desde la mirada del acceso abierto (Aguado López y Arbeláez, 2016; Montoya, 2015), o sobre cómo ésta estimula la vocación científica en instituciones educativas (Stekolschik, Gallardo y Draghi, 2007). Pero resulta necesario ampliar los estudios dirigidos a relevar el campo de la comunicación científica que es direccionada hacia el público general.

La comunicación científica es un escenario político de disputas de sentidos y poder de enormes proporciones, que no se puede pensar por fuera de sus condiciones de producción. Lo que se considera ciencia es una construcción histórica, y son las concepciones que prevalecen y perduran en un determinado momento histórico las que conforman el paradigma dominante de la ciencia (Kuhn, 1975), que es aquel que está legitimado para comunicar, y que también comunica mediante un modo legitimado.

Y la visión dominante de la comunicación científica fue durante años la de divulgación, que considera que hay un actor que controla todo el poder simbólico, como lo define Bourdieu (1988), y un otro como a un ser vulgar al que se quiere alfabetizar. Desde esta perspectiva, se mantiene una clara intencionalidad de “simplificar hasta el extremo los elementos en juego en los procesos de información científica y, muy particularmente, reducir el número de protagonistas así como la naturaleza de sus relaciones.” (Bernard Miege en Fayard, 2005, p. 10).

Por eso, ante las falencias de esta concepción, nace una nueva postura dentro de la comunicación científica denominada Comunicación Pública de la Ciencia (CPC),

la cual considera de gran importancia la apropiación de los conocimientos científicos por el total de la población; abre la participación de la ciencia a las masas; pretende un diálogo y una criticidad de los contenidos del campo científico; y explora y utiliza nuevas herramientas comunicativas para llegar a todos los actores, no sólo a científicos y educadores. Y además, pretende una modificación del lenguaje encapsulado del sociolecto científico, exclusivo y excluyente, para generar un modelo de discursos e interacción inclusivo.

Hoy en día, la mayoría de la población se relaciona con noticias, eventos y procesos comunicativos varios principalmente a través de sus redes sociales (Monsalve y Ochoa, 2014). La interrelación con dispositivos que nos permiten entrar, conectarnos e interactuar permanentemente en la red marca una realidad en extremo rica para analizar, que entran a cambiar la dinámica de la comunicación científica actual.

En este escenario, las formas creativas e innovadoras de compartir y contar son necesarias para llamar la atención del público y presentar la información de manera más cercana a actores no especializados, para generar mayor comprensión sobre este tipo de discurso y promover la apropiación de los contenidos. Por ello, identificar la presencia de estas nuevas narrativas en conjunto con las posibilidades de participación que brindan los medios (para apropiar, criticar o rechazar los contenidos que comunican), es de gran relevancia actual.

En el marco de un trabajo final de licenciatura en Comunicación Social nos preguntamos sobre la comunicación científica que se construye en nuestro país. El objetivo fue analizar a la Comunicación Pública de la Ciencia en el nuevo ecosistema digital de Argentina, para lo cual direccionamos nuestra mirada a cómo cuenta lo que cuenta en Facebook el medio independiente El Gato y La Caja, frente a su contemporáneo institucional: CONICET Dialoga, del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina.

Nos intentamos acercar al planteo realizado en “Laboratorios de Periodismo en España. Objetivo: investigar nuevas narrativas” por Hidalgo y Ruiz (2017), que al analizar los contenidos y las nuevas narrativas de los laboratorios de periodismo del país propusieron seguir una metodología multidisciplinar.

Para poder reconocer y analizar las nuevas narrativas y la interactividad comunicativa presente en estos medios se concibió utilizar un proceso de descripción y comparación a fin de permitir la oposición de propiedades. Es así que se analizó el contenido y la sección de reacciones y comentarios de las publicaciones compartidas en la red social Facebook tanto por el medio “El Gato y La Caja” como por “CONICET Dialoga”.

Se tomó un periodo de 14 días de corrido para relevar

todas las publicaciones que compartieron los medios en Facebook, entre el 1 de octubre del 2018 al 14 de octubre del 2018. La muestra final quedó compuesta por 38 publicaciones: 21 que el CONICET Dialoga y 17 que publicó El Gato y La Caja.

Para analizar las nuevas narrativas nos enfocamos en reconocer y registrar los modos innovadores que utilizaron estos medios para comunicar. Aquí se contemplaron en relación a las estrategias que se utilizan en la presentación visual de la información, factores como si es reiterado el uso de la multimedialidad e hipertextualidad de los contenidos compartidos y su diseño.

Se consideraron los siguientes elementos para el análisis de la multimedialidad: videos, fotografías, infografías, gráficos, placas con textos, memes, GIF, audios y documentos. En el caso de la hipertextualidad, se distinguió entre enlaces externos, enlaces internos, menciones y hashtags.

Para discernir los elementos, se tomó como referencia el análisis realizado sobre diferentes medios web por el Grupo de Investigación de la Universidad Miguel Hernández en el “Ranking de innovación periodística 2014 en España” (2015), rescatando el cuadro de tipología de la innovación en relación al “Producto o servicio”.

En cuanto al nivel de relación, se identificaron las posibilidades de interactividad que mantienen ambos medios con su público, y principalmente, el poder que tienen estos actores en dar a conocer su voz e interactuar en las publicaciones de Facebook.

Para la búsqueda nos basamos en un análisis cuantitativo del número de interacciones que tienen las publicaciones (reacciones, compartidas, alcance total) para identificar las posibilidades de interacción comunicativa. Además, nos detuvimos también en la sección de comentarios de las publicaciones en la búsqueda de cotejar si se establece un diálogo entre usuario/medio, medio/usuario y entre los propios lectores.

A la par, se realizó una entrevista con Facundo Alvarez Heduan, fundador y director general de El Gato y La Caja, que constituyó una base para la caracterización de la iniciativa de la cual es editor y un apoyo a su posterior análisis. No se pudo concretar para este estudio un contacto con los referentes del CONICET Dialoga.

Tras realizar el análisis de las publicaciones compartidas por los dos medios durante el periodo de la muestra, se pudieron conocer las características que se desarrollan a continuación:

El medio El Gato y La Caja hace un uso extensivo de recursos multimedia como parte de su estrategia comunicativa en Facebook, con imágenes diseñadas

como el elemento que comparten con más frecuencia. Pero aquí no se amplía esta estrategia a otras formas innovadoras de contar, con una carente presencia de videos, GIF, infografías u otros elementos semejantes en sus publicaciones. En relación a la hipertextualidad de las notas, todas las publicaciones estuvieron enlazadas a otros nodos de información con el objetivo de redirigir a los lectores hacia el sitio web del medio.

Con respecto a la interactividad, El Gato y La Caja destaca en relación a la participación que se da entre la comunidad con los contenidos compartidos. Durante el período de la muestra se utilizaron mucho las opciones de reaccionar, compartir y comentar, y además, se presentó un intenso diálogo entre los propios comentaristas.

Si bien en el Facebook de CONICET Dialoga también se hace un uso constante de recursos multimedia en las publicaciones compartidas, en la mayoría de los casos es a partir de fotografías. Sobresalen por su innovación las propuestas audiovisuales, pero son en proporción muy escasas ante los demás recursos. La hipertextualidad presente en las publicaciones le añade gran atractivo a las formas de narrar, ampliando las posibilidades de navegación y exploración de la información compartida.

Aún así, la escasa presencia de enlaces externos fue una constante en las publicaciones de los dos medios. Se utilizaron los hipervínculos sólo para direccionar a los lectores hacia los sitios web propios, lo que estableció un límite tanto a la posibilidad de realizar una exploración profunda sobre los contenidos compartidos por fuera de la visión del medio, como a entablar una instancia dialógica de co-construcción de contenidos con otros actores, ambas características constitutivas del ideal de la CPC.

Aún cuando se requiere un trabajo en mayor extensión y profundidad, se puede ver una relación entre algunas de las características en sus comunicaciones que los alinea con los postulados de la Comunicación Pública de la Ciencia.

Bibliografía

- Aguado-López, E. y Vargas Arbeláez, E.J. (2016). Reapropiación del conocimiento y descolonización: el acceso abierto como proceso de acción política del sur. *Revista Colombiana de Sociología*, 39(2), pp. 69-88.
- Bourdieu, P. (1988). *Espacio social y poder simbólico. Cosas dichas*. Barcelona, España: Ed. Gedisa, pp. 127-142
- De Lara González, A.; Árias-Robles, F.; Carvajal-Prieto, M.; García-Avilés, J. (2015). “Ranking de innovación periodística 2014. Selección y análisis de 25 iniciativas”. *El profesional de la información*, 24 (3), pp. 235-245.

Hidalgo, A.; Ruiz, M. (2017). Laboratorios de Periodismo en España. Objetivo: Investigar nuevas narrativas. Mediamorfosis: Perspectivas sobre la innovación en periodismo, pp. 183-195. Recuperado el 03-09-2018 de <https://goo.gl/3jfFWe>

Kuhn, T. S. (1975). Lógica del descubrimiento o psicología de la investigación. Crítica y el Crecimiento del conocimiento. Lakatos y Musgrave (eds.). Barcelona: Grijalbo, pp. 81- 111

Fayard, P. (2005). La Comunicación Pública de la Ciencia: hacia la sociedad del conocimiento. Ciudad de México: Ed. Unam.

Monsalve, M. M., & Ochoa, B. E. M. (2014). La divulgación científica en la Web, un panorama latinoamericano. Comunicación (31), pp. 35-41. Recuperado el 15-04-2018 de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/3380>

Stekolschik, G., Gallardo, S., & Draghi, C. (2007). La comunicación pública de la ciencia y su rol en el estímulo de la vocación científica. Redes, 12(25), pp. 165-180. Recuperado el 11-10-2018 de <http://www.redalyc.org/html/907/90702506/>.

y Tecnología. Incluso, el Observatorio de la Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación productiva (SECYT, 2006) precisó que desde mediados de 2006 se evidencia una consolidación de los temas científicos en la agenda periodística de los principales diarios argentinos, aunque se observan deficiencias en la pluralidad de fuentes y jerarquización noticiosa. Asimismo, otro antecedente a este estudio señala que la cobertura los diarios generalistas nacionales (llamados popularmente así, pero que surgen en la Capital Federal y Gran Buenos Aires) depende de fuentes documentales - tales como papers hasta gacetillas que algunos institutos contemplan-, pero no hay contacto directo con los investigadores, por lo que los modos de presentación de la información se concentran en el género de noticia (Spina, 2013).

Al respecto, este trabajo parte de las problemáticas: ¿qué espacio le otorgan los diarios generalistas de la Argentina a la ciencia? ¿qué nivel de producción tienen esas noticias?

En ese sentido, se exponen aspectos relevantes de la producción periodística, como parte de un mapeo de situación de las noticias que fueron publicadas sobre CPC en los diarios de mayor distribución y de contenidos generalistas de la Argentina mediante sus versiones digitales.³

Metodología

La estrategia metodológica de análisis de contenido con que se realizó la investigación, nos permite inferir el funcionamiento del objeto (ítem noticioso) y predecir su mecanismo de influencia (Igartua y Humanes, 2004) en tanto un producto de la comunicación masiva. Además, siguiendo a Neuendorf (2006), es un procedimiento sistemático ideado para examinar el contenido de una información y adopta como unidad de análisis al mensaje.

Este abordaje resulta en una representación precisa del conjunto de una serie de mensajes. A través de esta metodología, se puede asignar de manera sistemática los contenidos de la comunicación a categorías utilizando para ello métodos estadísticos (Riffe, Lacy y Fico, 2005). Esto, a su vez, habilita a identificar las relaciones entre las distintas características de los mismos.

Respecto de la muestra representativa de las noticias de CPC publicadas en los diarios durante el periodo anual

³ Este trabajo se inscribe en la línea de investigación desarrollada por los proyectos de investigación “La comunicación pública de la ciencia en los diarios de la Argentina” (PROINCE-UNLAM 55A195), “La comunicación pública de la ciencia en los diarios digitales de Argentina” (APIDC 219), y el proyecto en curso “Análisis de la comunicación pública de la ciencia en los diarios argentinos” (CyTMa 2 C2-HUM037), presentado por el Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales de la UNLAM, bajo la dirección de Guillermo Damián Spina e integrado por Cecilia Beatriz Díaz y Pablo Daniel Farinato.

PONDERACIÓN DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA POR PARTE DE LOS DIARIOS DIGITALES ARGENTINOS

Spina, Guillermo Damián

DHyCS – UNLAM / spinaguillermo@gmail.com

Palabras claves: comunicación científica; periodismo científico; jerarquización de la noticia; producción periodística; análisis de contenido

Introducción

Los contenidos de ciencia en los medios masivos de comunicación son objeto de estudio dado que a través de ellos se forma a los ciudadanos de los avances y los debates en torno al conocimiento científico. En Argentina se sostiene la presencia de información sobre resultados de investigaciones e innovaciones de Ciencia

julio 2017-junio 2018, se recurrió a la técnica de la semana construida (Stempel, 1989; Krippendorf, 1990) que configura una selección aleatoria y estratificada que ha presentado evidencias estadísticas que avalan su efectividad para el análisis de contenido frente, por ejemplo, a un muestreo aleatorio simple (Lacy, Robinson y Riffe, 1995).

Para realizar el relevamiento de los diarios que integran la muestra nacional, se seleccionaron los periódicos generalistas de cada provincia del país con mayor distribución y penetración en la cultura de cada caso, para lograr que los resultados de la investigación sean federales⁴.

Dado que las ediciones de los diarios digitales no son diarias, sino que se actualizan durante la jornada, se tomaron tres muestras diarias de cada diario en las fechas asignadas por la semana construida, con el fin de detectar con mayor agudeza lo que se pueda publicar a lo largo del día analizado.

Los horarios de dicho muestreo fueron las 9, 14 y 19 horas. De manera de tener registros cada cinco horas, pero considerando la rutina de trabajo de los diarios, donde la primera franja de producción y publicación es entre las 6 y las 9 horas, con la última etapa de cierre general las 19 (en correspondencia con los tiempos de las versiones impresas y los horarios de noticieros radiales y televisivos).

A los fines de los alcances de esta ponencia, se describen las variables: a) producción de la información (V07); b) tamaño del resumen de la información (V16); c) tamaño de la información (V17) y d) cantidad de fuentes (V23).

La variable (V07) “producción de la información” corresponde a quien produce la información para el diario. Se identifica el agente que produce el contenido. 1= Periodista (Se trata de la noticia producida por uno o más redactor con firma); 2= Redacción (Miembros de la redacción, donde no firma una persona sino el colectivo redacción); 3= Corresponsal (periodista que contribuye con el medio desde una locación distante, nacional o extrajera, siempre y cuando aparezca identificado como

4 La muestra analizada se compone por los siguientes 25 diarios digitales: Pregón (Jujuy), El Tribuno (Salta), La Gaceta (Tucumán), El Ancasti (Catamarca), El Liberal (Santiago del Estero), El Litoral (Corrientes), Norte (Chaco), La Mañana (Formosa), El Territorio (Misiones), La Voz del interior (Córdoba), La Capital (Santa Fe), El Litoral (Santa Fe), La Arena (La Pampa), El Día (Buenos Aires), Clarín (CABA), La Nación (CABA), Página/12 (CABA), El diario de la República (San Luis), Los Andes (Mendoza), El diario de Cuyo (San Juan), El Independiente (La Rioja), Río Negro (Río Negro), Patagónico (Chubut), La Opinión Austral (Santa Cruz) y El Sureño (Tierra del Fuego). El Diario (Entre Ríos), que inicialmente formaba parte de la muestra, no pudo ser analizado, debido que, durante el periodo de análisis, el mismo dejó de editarse tanto en su versión papel como en la digital, el medio se declaró en cesación de pagos a sus empleados y proveedores.

tal); 4= Agencia de noticias ;5= Otro medio / Divulgador (Cuando la fuente es otro medio o algún divulgador que de manera free lance realice la nota para el medio analizado pero no es parte de la redacción); 6= No se puede determinar (ningún periodista, agencia de noticias, etc., firma el artículo).

En cuanto a la variable (V16) “tamaño del resumen de la información” indica la extensión que el medio le otorga al resumen de la noticia que funciona como acceso al ítem noticioso completo. Los módulos son bloques en que el medio estructura la página, por lo tanto, se requiere una visión general de la página para identificar el tamaño del módulo en cada caso. 1= Línea; 2= 1 Módulo; 3= 2 Módulos; 4= 3 Módulos; y 5= 4 o más Módulos.

Respecto a la variable (V17) “tamaño de la información” se refiere a la extensión del texto del ítem noticioso en su versión completa y sus dimensiones son: 1= 1 a 3 párrafos; 2= 4 a 6 párrafos; 3= 7 a 9 párrafos; 4= 10 o más párrafos.

Finalmente, la variable (V23) “cantidad de fuentes” está destinada a registrar el conteo de distintas fuentes utilizadas en la noticia.

Resultados

Los resultados que se presentan surgen del relevamiento de 1.050 muestras representativas del periodo anual 2017/2018 conformado por el análisis de 25 diarios generalistas de todo el país, con tres muestras de cada día analizado, que arroja como número de unidades de análisis: 619 noticias científicas.

Producción de la información

El análisis de esta variable, da cuenta que en la mayoría de los casos (51,7%) relevados no se puede identificar el tipo de producción que tiene cada nota.

Tabla 1: Producción de la información

	CASOS	PORCENTAJES
Periodista	111	17,9 %
Redacción	66	10,7 %
Corresponsal	6	1 %
Agencia de noticias	61	9,9 %
Otro medio/Divulgador	55	8,9 %
No se puede determinar	320	51,7 %
Total	619	100,0 %

Fuente: Elaboración propia



Tamaño de la información

Por otra parte, en cuanto al tamaño del ítem noticioso se observa que las opciones más encontradas son los artículos cortos y poco desarrollados en el 74% de la muestra (hasta 6 párrafos en el 30,2% y de 7 a 12 párrafos en otro 43,8%)

Tabla 3: Tamaño de la información

	CASOS	PORCENTAJES
1 a 6 párrafos	187	30,2 %
7 a 12 párrafos	271	43,8 %
13 a 18 párrafos	112	18,1 %
19 o más párrafos	49	7,9 %
Total	619	100,0 %

Tamaño del resumen de la noticia

La presente variable indica que en el 76,3% de la muestra el espacio que la editorial le otorga al resumen del ítem noticioso es de 1 solo modulo.

Tabla 2: Tamaño resumen información

	CASOS	PORCENTAJES
Línea	17	2,7 %
1 Módulo	472	76,3 %
2 Módulos	91	14,7 %
3 Módulos	3	0,5 %
4 o más módulos	36	5,8 %
Total	619	100,0 %

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Cantidad de fuentes

Por último, en cuanto a la variable sobre la cantidad de fuentes utilizadas en el tratamiento periodístico de la comunicación científica, encontramos una tendencia al uso de la menor cantidad de fuentes posibles, ocupando el 52,5% del corpus las informaciones con una sola fuente utilizada.

Tabla 4: Cantidad de fuentes

	CASOS	PORCENTAJES
0	22	3,6 %
1	325	52,5 %
2	138	22,3 %
3	67	10,8 %
4	34	5,5 %
5	14	2,3 %
6	10	1,6 %
7	4	0,6 %
8	1	0,2 %
9	1	0,2 %
10	2	0,3 %
15	1	0,2 %
Total	619	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Conclusiones

A partir de los resultados obtenidos, se podría afirmar que los diarios argentinos, en sus versiones digitales, no ponderan relevantemente la cobertura periodística sobre temática científica, tanto en cuanto al espacio otorgado, como por los estándares de calidad periodística con que se las aborda.

La falta de identificación, en la mayoría de los casos, de la producción periodística en la comunicación científica, complementado dicho dato con la escasez de fuentes utilizadas, podría permitirnos inferir que el tratamiento dado a dicha temática por parte de las editoriales es superficial, sin profundización ni gran desarrollo en la producción de la información publicada.

A su vez, al observar las extensiones otorgadas por los diarios a la ciencia, y encontrar que tanto en la extensión de los textos informativos, se elige en la mayoría de los casos (74%) menos de 12 párrafos, se complementa esta situación, con que, en las portadas de las versiones digitales de los diarios, en la mayoría de los casos (76,3%) estas notas se las anuncia con el mínimo espacio de un solo módulo da cuenta de una escasa jerarquización de los contenidos informativos en CyT por parte del medio.

Bibliografía

Durant, J. R. (1990). Copernicus and Conan Doyle: or, why should we care about the publicunder standing of science? *Science Public Affaires* 5, 7-22.

Fairclough, N. (1993). Una teoría social del discurso. En N. Fairclough, *Discurso y cambio social* (págs. 43-77). Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, UBA, 1998.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.

Lacy, S., Robinson, K., & Riffe, D. (1995). Sample Size in Content Analysis of Weekly Newspapers. *Journalism and mass communication quarterly*, 72(2), 336-345.

MINCYT. (2015). *Cuarta encuesta nacional de percepción pública de la ciencia. La evolución de la percepción pública de la ciencia y la tecnología en la Argentina, 2003-2015*. Buenos Aires: Dirección de promoción y cultura científica del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación.

Raiter, A. (2012). Tus creencias y las de los medios. En A. Raiter , & J. Zullo, *Esclavos de las palabras* (págs. 11-43). Buenos Aires: Editorial de la facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

SECYT. (2006). *Análisis de la oferta informativa sobre ciencia y tecnología en los principales diarios argentinos*. Observatorio de Ciencia, Tecnología e Innovación productiva, Buenos Aires.

Spina, G. (2013). *La comunicación pública de la ciencia en los medios gráficos argentinos*. Universidad Nacional de La Matanza: Tesis de maestría en Comunicación, cultura y discurso mediático.



EJE N°3



Comunicación institucional, corporativa
y publicitaria

DIGITALIZACIÓN INSTITUCIONAL DESPUÉS DE LA POSTMODERNIDAD

Adrís, Pablo

FFyL - UNT / padris@gmail.com

Palabras claves: institución; digital; comunicación; identidad; post-postmodernidad

Real-virtual

En primer lugar, la dualidad real-virtual al hablar de instituciones entiendo que fue superada por una realidad única en la que existen dos planos uno analógico -tangible- y otro digital -intangible-. Es una construcción en la que existen instituciones con mayor o menor presencia, pero no ausencia absoluta, de uno de estos dos planos. Es imposible pensarse en términos absolutos sin uno de los dos. Lo digital en algún punto se hace analógico y viceversa. De ese modo, en las instituciones (de cualquier tipo y orden) a la tensión entre continuidad e innovación se le suma, debido a esta última, la tensión entre esos dos planos.

Después de la posmodernidad

En segundo término, nos ubicamos también teóricamente en lo que denominamos post-postmodernidad. Lo que conocemos como postmodernidad es una noción que surge con cierta fuerza desde la década de los 70 en el arte, la arquitectura y el cine y, a partir de los 80, en la sociología, la filosofía, la antropología, la geografía y casi en todas las disciplinas. Pero, ya a finales de la década de los 2000, las lógicas culturales no respondían estrictamente a lo que conocemos como Postmodernidad: incredulidad con respecto a los grandes relatos respecto a las ideas de progreso y emancipación, crisis del de la realidad, del estado, significado, del sujeto, la época de todos los fines -de las certezas, de la historia, del arte-, auge de lo rizomático, los micro-relatos, la microfísica del poder, el relativismo, la heterogeneidad, la diferencia y el simulacro.

En definitiva, la Postmodernidad ha llegado a su fin y ha iniciado una nueva lógica cultural aún en proceso de configuración.

Entre las concepciones más reconocidas dentro de la Post-Postmodernidad tomamos la teoría de la "Automodernidad" de Robert Samuels, que se centra en la dimensión tecnológica de la realidad socio-política y se plantea cómo esta dimensión -concretamente, el uso que hacemos de las distintas tecnologías- obliga a repensar oposiciones como público-privado, sujeto-objeto o

humano-máquina que han dado forma al pensamiento occidental. Su argumento es que la automodernidad es una reacción a la incidencia de la postmodernidad en lo social y lo cultural, a su negación de la dimensión psicológica de la autonomía individual, así como a la división moderna del individuo aislado frente al mundo impersonal de la mecanización tecnológica. De este modo, para Samuels, la clave está en la combinación de humano y máquina en un único circuito de interactividad, que a menudo excluye o erosiona los roles tradicionales de la mediación social y la esfera pública e integra de un modo sin precedentes esferas como la ciencia, la democracia o el capitalismo. En definitiva, considera que la Automodernidad, como superación tanto de la Modernidad como de la Postmodernidad, se caracteriza por cómo el accionar de las personas recuperada a través de las tecnologías, está promoviendo los actuales discursos de la política globalizada, por encima de la propia intervención social.

Consecuencias-resultados

Entre otras resultados de dicho proceso, a raíz de la incursión en el plano digital, las instituciones ampliaron y diversificaron los públicos-destinatarios, facilitaron y fortalecieron el acceso, los trámites y las relaciones, afectó su identidad, ha contribuido a un mayor acercamiento con los diferentes destinatarios/audiencias/interlocutores, posibilitó la interacción o la aumentó, ayudó a cumplir sus objetivos o a modificarlos, afectó su vida cotidiana, potenció la comunicación publicitaria, posibilitó el estar siempre presente, atender permanentemente -no hay tiempo, recibir aportes significativos de los destinatarios/audiencias/interlocutores e interactuar con ellos.

Entonces ese mundo digital, si bien no es real estrictamente, plantea una realidad que además de ser percibida de ese modo, propone una interacción particular con incidencia de un modo u otro en la vida cotidiana.

La estrategia digital no siempre es coherente y consistente con la estrategia integral -analógico-digital- de la institución, se trata de un proceso que conlleva una serie de costos que pueden hacer retrasar o negar los cambios necesarios.

Así, también notamos que hay múltiples puertas de entrada a la institución y según cómo se accede se conforman diferentes representaciones y relaciones, también según las necesidades de cada destinatario/interlocutor. Por ello, la identidad percibida tendrá que ver con aquella que los destinatarios/públicos/audiencias/interlocutores, hayan construido de acuerdo a la experiencia y las interrelaciones en diferentes momentos comunicacionales con la institución.

Las instituciones, deben entonces, proponerse para la vida digital lo que pueden cumplir, respondiendo, además, a sus necesidades comunicacionales. Los objetivos deben ser adecuados, no generar falsas expectativas y evitar

que los destinatarios/públicos/audiencias/interlocutores construyan una exoidentidad que no sea coincidente con la realidad tangible de la institución o con la endoidentidad.

Entre otros, los objetivos principales que se plantearon las instituciones para la vida digital, fueron los que proponían una búsqueda de relación próxima y atractiva con el destinatario: visibilizarse, interactuar, o hacerlo con mayor frecuencia y eficacia, informar -presentar o dar a conocer un producto-servicio o mensaje nuevo, generar sensación de cercanía.

Desarrollo histórico e identitario

El proceso de desarrollo del plano digital forma parte de la identidad construcción institucional en el que podemos distinguir genéricamente cinco etapas o fases en el tiempo. Internet desde su popularización durante la década del 90 ofrecía la posibilidad de publicar contenidos para una audiencia mundial sin intermediarios, el acceso democrático que brindaba la red con solo una PC y una conexión telefónica motivó a muchos a desarrollar sus sitios.

En una primera etapa en la década del 90 (hasta 1998) la web era usada más para informar que para interactuar casi unidireccionalmente y el otro servicio utilizado era el correo electrónico, una comunicación asincrónica. Los sitios eran estáticos, con algunos foros, y poca actualización.

Ya en la siguiente fase, hasta 2001, se ofrecieron más servicios, y mejoró el diseño, la animación e interactividad. Apoyado todo lo mencionado por los prolegómenos de la Web 2.0. donde aumenta la velocidad, la cantidad y diversidad de la información y las posibilidades de realizar ventas. Estar presente en internet ya no era una tarea individual limitada era una tarea en equipo.

Recordemos que el término Web 2.0 fue acuñado en el año 2004 por Tim O'Reilly y significó la llegada de nuevas opciones enfocadas a la relación con el destinatario final de la información, que a partir de ahora va a dejar de ser un mero espectador para convertirse en protagonista de los procesos comunicativos como productor y consumidor.

En una tercera etapa 2001-2005, la presencia digital en vez de ser un apéndice o complemento de la institución física analógica de alguna manera compite y a veces se diferencia de la oferta offline. El plano digital empieza a tomar forma como entidad propia. Ya no se busca una imitación pobre de la sede física, todo lo contrario, aporta contenidos y servicios que enriquecen a la institución en su conjunto.

Luego, en una cuarta fase, se manifiesta plenamente la Web 2.0 (2005 en adelante) que es dinámica y colaborativa. Con tecnologías asociadas DHTML, XML, ASP y CSS, los sitios web son construidos a partir de una o varias bases de datos. Los usuarios se convierten en contribuidores, publican y realizan cambios en la

información. Se desarrollan blogs, redes sociales, wikis y foros para la participación online. La presencia del otro destinatario/interlocutor es más fuerte, protagonista y con mayor injerencia en el control de la información.

Una última etapa desde 2012, abarca el desarrollo de celulares inteligentes, verdaderas computadoras portátiles, lugar de convergencia para acceder aún más y más fácilmente a todo tipo de plataformas digitales y la posibilidad de producir, interactuar y consumir mayor diversidad de contenidos.

Entorno y futuro

Hoy, gracias a la democratización global del mundo digital que supone una reducción de costos del proceso de digitalización, cada vez más se invierte en dichos procesos.

Por ello, según el Informe sobre Internet Trends de Kleiner Perkins Caufield Byers de 2018:

- El crecimiento del uso de Internet es y será sólido. Ya hay 3600 millones de usuarios, más de la mitad de la población mundial.
- Los usuarios de Internet continuarán aumentando el tiempo dedicado a sus servicios.
- Internet ayudará más a los usuarios a contener gastos y generar ingresos (a través del trabajo a pedido) y a encontrar oportunidades de aprendizaje.
- El crecimiento de los smartphones continuará.
- El comercio electrónico no parará de crecer.
- La revolución del streaming hará que muchos cambien su modelo de negocio, entre ellos la industria musical y la del cine.
- Cada vez más el consumo de la tecnología se hará mediante suscripciones.
- Las empresas tecnológicas serán cada vez más valiosas en los mercados financieros.
- Crecerá el liderazgo de China en todo lo relacionados con Internet.
- Crecerán Facebook, WhatsApp, WeChat, Instagram y el uso del video por celular. No así Twitter.
- Internet, "Big Data", "Inteligencia artificial" y "La economía real" estarán interconectados.

Todo lo comentado junto con la tecnología que poco a poco se está introduciendo como la realidad aumentada, la inteligencia artificial, los bots¹, junto con la mayor exigencia de los usuarios de Internet, está haciendo que algunas instituciones tengan la necesidad de ofrecer cada vez contenidos de mayor calidad, más diversificados y personalizados.

La experiencia digital no solo nos acerca, sino que presenta nuevas experiencias imposibles desde el mundo presencial analógico.

Las redes más utilizadas a nivel mundial son:

¹ Un bot es un programa informático que imita el comportamiento de un humano. En sitios wiki, como Wikipedia, un bot puede realizar funciones rutinarias de edición. En otros sitios, como Youtube, puede responder a cuestiones sobre el propio contenido del sitio.

1. Facebook (2196 millones de usuarios)
2. Youtube (1900 millones)
3. Whatsapp (1500 millones)
4. Facebook Messenger (1300 millones)
5. WeChat –red China- (1040 millones)
6. Instagram (1000 millones)

Usuarios de Facebook, la mayoría son hombres de 25 a 34 años. Mientras que los de Instagram la mayoría son de 18 a 34 años, hombres y mujeres. Nos encontramos viviendo en la era de lo visual y las instituciones no están ajenas a este proceso. Instagram es la red social más visual y móvil que existe, y cada vez más usuarios se conectan a las redes sociales a través de sus celulares lo que produce que la comunicación sea más efectiva.

En definitiva, en este contexto de cada vez mayor crecimiento y diversidad del mundo digital, las instituciones, en parte, se ven beneficiadas por la reducción de costos por su uso, mayor alcance y precisión en la difusión, mayor segmentación de los destinatarios-audencias y personalización.

Bibliografía

- Adrís, Pablo. (2019) La Comunicación en instituciones. Cuaderno de cátedra. Facultad de Filosofía y Letras, UNT, Tucumán, Argentina.
- Del Río Castro, José Nicolás. (2012). Cronología crítica: Museos de arte en la red. Revista Telos (cuadernos de comunicación). Número 90. Págs. 62-71.
- Etkin, Jorge y Schvarstein, Leonardo. (2000). Identidad de las organizaciones. Bs. As. Argentina. Ed. Paidós.
- Gómez, Marisa (2014). La Post-Postmodernidad: Paradigmas Culturales para el Siglo XXI. Recuperado de <https://interartive.org/2014/03/fin-postmodernidad-paradigmas-culturales-sigloxxi>
- Massoni, Sandra. (2007). Modelo de Comunicación Estratégica. Artículo que es una versión de Tres movimientos y siete pasos para comunicar estratégicamente publicado en el libro de Massoni Sandra: “Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido”. Rosario, Argentina. Homo Sapiens Ediciones.
- Mejía Llano, Juan Carlos. (2019). Estadísticas de redes sociales 2019: Usuarios de Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, WhatsApp y otros. Recuperado de <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>
- Mora, Juan Manuel (2009). 10 Ensayos de comunicación institucional. Navarra, España. Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA).
- Nieto, Ana. (2018). Las 30 redes sociales más utilizadas. Webempresa20. Recuperado en noviembre

de 2018 de <https://www.webempresa20.com/blog/las-30-redes-sociales-mas-utilizadas.html>

- Perkins, Kleiner. (2018). Tendencias de Internet. Reporte 2018. Recuperado de https://www.kleinerperkins.com/files/INTERNET_TRENDS_REPORT_2018.pdf

Uranga, Washington. (2004). La comunicación como herramienta de gestión y desarrollo organizacional. Recuperado en enero de 2005 de www.washingtonuranga.com.ar/images/proprios/15_herramienta_gestion.pdf

DIAGNÓSTICO Y PLANIFICACIÓN COMUNICACIONAL: PROGRAMA SALUD SEXUAL Y REPRODUCTIVA (SaSeYRe)

Aranciva Benitez, Daniela Luisa

UNSL / dlaranciva@gmail.com

Denotta, Fontana Lucila

UNSL / luciladenottaf@gmail.com

Serán, Brenda

UNSL / brendaseran@gmail.com

Palabras claves: derechos; divulgación; promoción; comunicación; empoderamiento

Objetivos

- Fortalecer la divulgación y promoción del Derecho a la Salud Sexual y Reproductiva en la Provincia de San Luis, a partir de impulsar relaciones más fluidas y continuas con periodistas y comunicadorxs de la Provincia de San Luis y de formar a trabajadorxs de la comunicación en temas de Salud Sexual y Reproductiva, para su correcto abordaje en los medios de comunicación.

- Brindar herramientas de conocimiento y empoderamiento a lxs ciudadanxs de la Provincia de San Luis en materia de Derechos Sexuales y Reproductivos.

El presente trabajo consiste en la realización de un diagnóstico comunicacional del Programa Salud Sexual y Reproductiva (SaSeYRe) de la provincia de San Luis, con el objetivo de poder reconocer las necesidades y

el estado en que la organización se desenvuelve ante la comunidad, y así poder contribuir a este, a partir de un aporte comunicacional.

El Programa de Salud Sexual y Reproductiva se encuentra en el Hospital del Sur, en la Ciudad de San Luis. Se creó a partir de la Ley 5344 sancionada en Octubre del 2003, la cual pierde vigencia a partir de la creación del nuevo digesto en el año 2004, donde establece que la provincia de San Luis adhiere a las disposiciones de la Ley Nacional N° 25.673, de Salud Sexual y Procreación Responsable, pasando a llamarse Ley N° III-0069-2004.

SaSeYRe es un organismo que responde a una política pública, de atención Primaria de la Salud, la cual se encuentra atravesada por diversas instituciones tales como: Estado, Salud, Educación, Religión, Género, Patriarcado, Medios de Comunicación, entre otras.

Metodología

De acuerdo con nuestro objeto de estudio y nuestros intereses y propósitos, es que decidimos intentar llevar a cabo el diagnóstico, a través de un enfoque de tipo cualitativo, en tanto este tipo de estudio permite desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Para ello utilizamos como técnicas de recolección de información las siguientes:

- *Observación no participante:*

Decidimos utilizar esta técnica de recolección de información, con el fin de lograr un acercamiento y conocimiento de la organización, del espacio físico, la disposición del lugar, los elementos visuales y gráficos que allí se encuentran, los dispenser de preservativos gratuitos, y observar la dinámica de atención y trabajo del Programa, como así también poder reconocer cual es el público destinatario del mismo.

- *Entrevistas semiestructuradas a informantxs claves:*

Esta última, fue utilizada con el fin de obtener información más acabada y profunda acerca de ciertas temáticas concretas, tales como la conformación histórica y estructural del programa, cuáles son los objetivos y fundamentos que lo rigen, cómo es la comunicación tanto al interior del Programa como también para con la comunidad, cómo es la toma de decisiones, cómo se organizan las actividades, con que otrxs actores se relacionan, etc.

Esta técnica fue aplicada a tres integrantes claves del Programa: a la Jefa del mismo, ya que consideramos importante su rol dentro de la organización, debido a que se encuentra en la misma desde su origen; también entrevistamos a una de las Administrativas, que es quien está desde el comienzo de la puesta en funcionamiento

de SaSeYRe, por lo que consideramos que su relato aportaría elementos claves para conocer y entender la dinámica que se da dentro de él; la tercer entrevista la realizamos a la Lic. en Obstetricia quien trabaja desde marzo de 2018, y consideramos que su testimonio serviría para poder poner en diálogo con los dos anteriores, y a su vez sumar una visión de una trabajadora que se adhirió recientemente al Programa.

Por último realizamos una entrevista a una agente externa al programa, la Jefa de Maternidad e infancia y adolescencia. Esta fue pensada para poder conocer cuál es el vínculo que este mantiene con SaSeYRe, como se da la comunicación entre ambos programas, la toma de decisiones, el presupuesto, el vínculo con otros ministerios, etc.

Análisis de datos

Luego de realizar *observaciones* y *entrevistar* a las informantes claves pudimos advertir cómo está conformada la organización. El Programa SaSeYRe actualmente se encuentra conformado de la siguiente manera:

- 1 Jefa (con decreto de nombramiento desde la creación del Programa)
- 1 Administrativa (2004-actualidad)
- 1 Licenciada en Psicología (2006-actualidad)
- 1 Licenciada En Obstetricia (Marzo 2018-actualidad)
- 2 Administrativas “Pañuelos Blancos” (Marzo 2018-actualidad)
- 1 Agente Sanitaria (Marzo 2018-actualidad)

Al ser un grupo reducido de personas, la interacción entre las integrantes se caracteriza por ser directa, interpersonal, bidireccional, teniendo en cuenta la posibilidad de respuesta inmediata, y de proximidad.

El Programa no posee un organigrama como tal, sin embargo a partir de entrevistas realizadas y de lo establecido en el Decreto, podemos afirmar que el mismo depende del Programa de Maternidad, Infancia y Adolescencia (Gerencia Materno Infantil), ubicado actualmente en Terrazas del Portezuelo, con dependencia del Ministerio de Salud Provincial.

En relación a la toma de decisiones, podemos advertir que, si bien todas las integrantes pueden aportar, dar sus opiniones, puntos de vista y proponer actividades, entre otras cosas, las decisiones finales las toma la jefa del Programa, quién a partir de una entrevista afirmó que: “*Todas proponen pero yo doy el “okey”, todo pasa*”

por mí, hasta las cuestiones administrativas y de ahí va al Ministerio de la Provincia o a Nación (...) a veces, reconozco que soy un poco verticalista, pero tengo que estar en todo”.

Las decisiones que se toman al interior de SaSeYRe deben ser comunicadas al Programa de Maternidad e Infancia y Adolescencia del cual depende. La relación entre ambos programas si bien es de carácter jerárquico, es de índole informal. Toda la información se comunica a través de herramientas tales como llamadas o WhatsApp. También se realizan reuniones entre ambos programas, para poder organizar ciertos eventos o campañas de promoción de manera conjunta.

El público destinatario al que el Programa se dirige es toda la comunidad de la Provincia de San Luis. Desde el mismo se reparten los distintos métodos anticonceptivos, junto con folletería de Nación y de provincia si hubiere, a 96 centros de salud y salitas de la Provincia. A su vez el Programa localizado en el Hospital del Sur brinda atención a 600 pacientes en promedio mensuales, en su mayoría provenientes de la Zona Sur (según palabras de la primer Administrativa del Programa). La mayoría de las pacientes son mujeres adolescentes y adultas en edad fértil que van en búsqueda de métodos anticonceptivos, controles ginecológicos (pap y ecografías) y consejería, y en menor medida varones adolescentes que van a buscar preservativos y pastillas anticonceptivas de emergencia. También es el único espacio en la Provincia donde personas LGBTQ+ son atendidas y asesoradas en materia de salud sexual y reproductiva.

A partir de esta misma técnica y de reconocer el propósito del Programa de propender con acciones de promoción, prevención, recuperación, rehabilitación y autocuidado sumándole el desarrollo integral físico, mental y social de la población en general, pudimos elaborar un mapa de actorxs con los que la organización se relaciona de distintas maneras.

A partir partir del diagnóstico pudimos identificar una serie de problemas, tanto comunicacionales como no, que afectan directamente el buen desarrollo del Programa SaSeYRe.

Como nudo problemático principal identificamos la *Falta de divulgación y promoción del Derecho a la Salud sexual y Reproductiva en la Provincia de San Luis.*

Entendiendo a la planificación como una herramienta en función del cambio y la transformación, es que planteamos los siguientes objetivos:

Objetivo general

-Fortalecer la divulgación y promoción del Derecho a la Salud Sexual y Reproductiva en la Provincia de San Luis.

Objetivos específicos

-Impulsar relaciones más fluidas y continuas con periodistas y comunicadorxs de la Provincia de San Luis.

-Formar a trabajadorxs de la comunicación en temas de Salud Sexual y Reproductiva, para su correcto abordaje en los medios de comunicación.

-Brindar herramientas de conocimiento y empoderamiento a lxs ciudadanxs de la Provincia de San Luis en materia de Derechos Sexuales y Reproductivos.

Destinatarixs

Los destinatarixs de este proyecto son lxs trabajadorxs de la comunicación en la Provincia de San Luis, personas involucradas en la temática como agentes sanitarixs, e indirectamente se verá beneficiada la comunidad en general al poder acceder a la información y conocimiento y a partir de esto lograr tomar decisiones autónomas y generar un empoderamiento sobre los propios cuerpos.

Bibliografía

- Abatedaga, N. (2008) “Comunicación. Epistemología y Metodologías para Planificar por Consensos”. Ed. Brujas. Córdoba. Capítulo 2.
- Apella, G. Huarte, C. y Vargas, T. (2012) “Análisis situacional desde la Comunicación”. Cap. II: Procesamiento de la información y conclusiones. Cuadernos de Cátedra TPPC nro 6.
- Beltrán, L. (1997) “Universidad y comunicación para la salud, acciones y reflexiones en América Latina”. Documento elaborado en la Primera Reunión Internacional sobre Comunicación y Salud. Lima.
- Canales, F. Alvarado, E. Pineda, E. (1994) “Metodología de la investigación. Manual para el desarrollo de personal de salud”. Publicación de la Organización Panamericana de la Salud. Washington DC. Documento oficial de la creación del Programa de Salud Sexual y Reproductiva de la Provincia de San Luis. (2004) Argentina, San Luis.
- Nierenberg, O. Brawerman, J. Ruiz, V (2000) “Evaluar para la Transformación: innovaciones en la evaluación de programas y proyectos sociales”. Paidós, Tramas Sociales. Vol 8. Buenos Aires. 2000.
- OMS. (1986) “Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud”. Canadá, Ottawa.
- Prieto Castillo. (1990) “Alcances del diagnóstico comunicacional”. En Diagnóstico de Comunicación. Ed. Quipus/CIESPAL, Quipu.
- Perrota, G. (2013) “Promoción de la Salud y Consejería: estrategias de la atención primaria de la Salud Sexual y Reproductiva”. Ficha de la cátedra “El rol del psicólogo en el equipo interdisciplinario de salud.”

Regis, S. (2007) “Reflexiones sobre las prácticas de comunicación en el campo de la salud”, en Question nro 13, UNLP.
 Sampieri Hernández y otros. (2003) “Metodología de la investigación”. México.
 UNICEF (2006) Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo. Cuadernillo 2.
 Uranga, W. (2007) “Mirar desde la comunicación.” Buenos Aires.

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, CORPORATIVA Y PUBLICITARIA.

LOS CONSEJOS LOCALES DE NIÑEZ Y ADOLESCENCIA Y EL LARGO CAMINO HACIA LA INCIDENCIA EN POLÍTICAS PÚBLICAS

Urdaniz, Anabel

CIC - FPCS- UNLP -

**Foro por los Derechos de la Niñez de la provincia de
Buenos Aires,**

Consejo Local de Niñez de La Plata,

**Red de Consejos Locales de Niñez de la provincia de
Buenos Aires**

Palabras claves: niñez; políticas públicas; incidencia; legitimidad; participación

Las estrategias comunicacionales como dispositivo de análisis

Si nos distanciamos de la mirada que indica que en los productos informacionales está la comunicación, nos encontramos con el problema fundamental de las ciencias sociales y específicamente de la Comunicación. ¿Cómo hacer asequible esos procesos relacionales, sustentados en motivaciones, expectativas, intereses y deseos de los actores que no siempre se están enunciando?

Para abordar la complejidad de la comunicación, que es dinámica e imprevisible, emplearemos la mirada del pensamiento complejo que propone Morín (1994) en contrapunto con lo que llama “paradigma de la

simplificación”, que desde Descartes reinó en Occidente. El primer autor plantea la necesidad de un pensamiento que haga lugar a la contradicción, a las transformaciones profundas y hasta lo inexplicable. Laclau dirá (2013), retomando a Žižek que la misma brecha existente entre lo real y lo simbólico, la imposibilidad de hacer asequible la totalidad del mundo objetivo, llena a los sujetos, por tanto a los procesos sociales y a las estructuras, de una falla- falta- infinita.

La mirada en relación a la complejidad viene a reponer lo político en tanto lucha hegemónica ya que no reduce la realidad a algo en equilibrio, predecible y controlable, sino que da lugar a las luchas entre lo instituido y lo instituyente (Castoriadis, 1997), lo emergente, lo residual y lo tradicional (Williams, 1992), la lucha de diversos capitales (Bourdieu, 1980), la concepción del poder microsociedad (Foucault y Deleuze, 1992), y la capacidad de agencia de los sujetos en relación a la estructura (Giddens, 1993).

En el marco de este paradigma se empleará la teoría de la Escuela en Comunicación Estratégica de la Universidad de Rosario. Específicamente se utiliza lo que llaman “estrategias comunicacionales en tanto dispositivos de enunciación en movimiento” (Massoni, 2016). La palabra estrategia tiene también una historia bélica y empresarial. En este trabajo se retoman las ideas de estrategia provenientes de los estudios de planificación estratégica y prospectiva de la comunicación que inauguraron varios teóricos en América Latina para pensar la planificación comunicacional desde las instituciones del Estado y organizaciones sociales (Matus, 1992; Uranga, 2007; Jaramillo López, 2011; Pérez, 2012; Massoni, 2016).

Las estrategias comunicacionales están conformadas por distintas dimensiones que hacen asequible su análisis y “medición”²: la dimensión informativa, la interaccional, la ideológica y la sociocultural. La primera hace referencia al producto material y a sus marcas de racionalidad, es decir documentos legales, afiches, pancartas, folletos, actas de asambleas, entre otros. La dimensión interaccional es la instancia de organización y participación entre los miembros de los Consejos Locales de Niñez y en relación a su alteridad. La dimensión ideológica es la instancia de construcción de un discurso identificatorio que sensibilice sobre una temática y convenza a otros y otras. Por último, la dimensión sociocultural es la construcción de sentidos posibles que se van generando dentro de la institución. En este caso, es muy importante pensar

2 Una de las características de la corriente de Comunicación Estratégica de Rosario liderada por Sandra Massoni es que plantea la posibilidad de construir datos cuantitativos en movimiento, para lo que diseñan una plataforma virtual con el fin de ir cargando el cambio observado en las distintas dimensiones. <http://www.algoritmosfluidos.com.ar/>

cuáles son las matrices socioculturales que habitan las organizaciones.

Esta tesis estudia las estrategias comunicacionales para indagar la participación política a través de los mecanismos de intervención y decisión colectiva que ofrecen los gobiernos municipales. Ergo, deviene fundamental la legitimidad de las organizaciones, los capitales con los que disputan las políticas y su ámbito o nivel de incidencia.

Legitimidad: de las fuentes y ejercicio del poder

Es imposible pensar la legitimidad sin mencionar la centralidad de las relaciones de poder. Aun así, se insiste con trabajar esa categoría porque es la que mencionan los miembros de los Consejos Locales de Niñez y Adolescencia. La misma aparece constantemente como un atributo positivo y a la vez como la falta de algo que no pueden mencionar de otra forma.

Max Weber (1979) entenderá al poder en el marco de los estudios sobre organizaciones estatales a las que denomina burocráticas. A su vez establece una tipología sobre diferentes acciones de dominación con diferentes fines. Para el autor, que no evade la idea de conflicto, la forma de orden social responde a las acciones racionales o axiológicas. De allí que, incluso hasta la actualidad, la legitimidad aparezca casi imposible de ser pensada por fuera de la legalidad. Weber establece cierta causalidad del poder, que se encauza en la figura de “autoridad”, la que se ejerce con la aprobación del pueblo gracias a las acciones con fines específicos. Desde sus inicios, la palabra legitimidad aparece dissociada del poder (Weber, 1979). Cuestión, que en parte quedará saldada por la teoría gramsciana sobre la hegemonía, entendida como el proceso a través del cual la clase dirigente ejerce de guía política-ideológica sobre otras clases que consensuan no sólo la clase dominante sino la construcción social de comportamientos, valores, prácticas y representaciones que identifican a esa clase. La dominación deja el plano de la coerción y empieza a pensarse en relación. De aquí en adelante, serán fundamentales las nociones de sujeción (dominio) y subjetivación (conciencia e identidad) de Michel Foucault, la preponderancia del lenguaje, el discurso y el conocimiento. La corriente posestructuralista francesa dejará un campo fructífero para entender que “la autoridad política y el poder social no son sino dos facetas de la dominación” (Foucault, 1982 en Máiz, 2003, p. 6)

En este sentido Máiz retomando a Beetham (1991) recupera algunas condiciones para la legitimidad: prestar conformidad con las reglas establecidas, que las mismas estén justificadas a través de creencias compartidas, que exista consentimiento expreso de los subordinados a las relaciones de poder y agrega: “el acuerdo en torno al

pueblo o pueblos sobre los que actúa el poder del Estado (...) y la *contestabilidad* del poder político por parte de los ciudadanos y los grupos sociales minoritarios (Shapiro 1990 en Máiz, 2003, p.22).

En los Consejos Locales de Niñez y Adolescencia la legitimidad aparece enunciada como la necesidad de ser reconocidos por el poder ejecutivo, lo que serviría para tener “institucionalidad” e “incidir en las políticas públicas de niñez locales”³. Cuando este reconocimiento aparece negado por el actor gubernamental la legitimidad se desplaza al espacio público y a “ser reconocidos por todos”. Por su parte, la noción de “poder” sólo se enuncia asociada a la capacidad de hacer algo o a los tres poderes del Estado. Ahora bien, cuando esta legitimidad aparece como reconocimiento del gobierno, lo hace, mayormente, desde la legalidad.

“El poder Ejecutivo cada vez que sacábamos un comunicado, nos mandaba mensajes y argumentaban que el Consejo era ilegítimo por cuestiones del reglamento, quisieron entrarnos por donde pudieron y no lo lograron, porque lo que decíamos lo podían ver todos.” (CL. Gral. Pueyrredón)

“El Consejo Local ha tenido una significativa labor, aun cuando ha actuado con una institucionalidad precaria. Esa situación ha conducido a que se planteara, en 2016, la necesidad de que se sancione una ordenanza que instituya formalmente el Consejo y fije tanto su misión y funciones, como su composición.” (CL. de Morón)

La Ordenanza constitutiva y el reglamento (dimensión informativa) se mencionan como los primeros pasos hacia la conformación del Consejo Local de Niñez y Adolescencia. El organismo se crea a partir de la legitimidad de una normativa provincial que todos los Consejos construyen como bandera. Aun así, es interesante pensar, ¿Cuáles son las fuentes de legitimidad que han podido construir los Consejos Locales de Niñez? Y, ¿Cómo se relacionan con las condiciones planteadas anteriormente?

“Ahora justo entregamos el lugar en la Municipalidad que teníamos para la oficina, estamos viendo si largamos el comunicado o no, vamos tensionando la cuerda lo más que podemos para no perder todo, porque de fondo la institucionalidad que teníamos de funcionar en una dependencia del estado, y si te corres y te vas a otro lugar como una ONG, perder legitimidad.”(CL. Gral. Pueyrredon)

En este fragmento, lo que aparece como legitimidad es el reconocimiento del municipio a partir de brindarles un espacio físico, que ya no tienen.⁴ También aparece

3 .Las comillas pertenecen a frases de los actores en el campo.

4 En los dos Consejos Locales de Niñez y Adolescencia elegidos para esta ponencia, el gobierno local fue derrotado por la Alianza Cambiemos en 2015.

como construcción de legitimidad: la alianza con otras instituciones reconocidas en el campo de la Niñez, el trabajo en el espacio público y la organización de Encuentros Provinciales de Consejos Locales de Niñez (dimensión interaccional).

Hasta el momento, se puede determinar que cuando mencionamos legitimidad, estamos diciendo relaciones de poder, que median para que los organismos sean reconocidos. Esas relaciones de poder sabemos que no son dichas por los actores pero que al ser relacionales siempre tienen que ver con otro, alterno, distinto y en contexto. Los autores Bombal y Villar (2003) identifican cuatro como las más frecuentes y significativas: la legitimidad moral, legitimidad técnica, legitimidad legal y legitimidad política. La primera fuente de legitimidad reside en valores éticos aceptados por la opinión pública, en segundo lugar la legitimidad técnica hace referencia a la experiencia, conocimiento y capacidad de producir información sobre temáticas específicas. La legal reside en el cumplimiento de las normas que las organizaciones necesitan para funcionar y las externas en el caso de recurrir a procedimientos legales. Por último, la legitimidad política la entienden “derivada de la representatividad democrática, la transparencia y el proceso de rendición de cuentas a las “bases” o a los “constituyentes” por los cuales se habla y actúa.” (Bombal y Villar, 2003, p.7) Esta legitimidad está asociada a la toma de decisiones y a la participación de los miembros de la organización en las actividades en el marco de las políticas públicas implementadas.

Llegados a este momento de análisis, se han observado algunas dimensiones específicas de las estrategias comunicacionales en relación al poder y comprendido que lo que llaman “legitimidad” es procesual, ya que implica la contingencia que conllevan las relaciones con otro diferente.

Los procesos de legitimación de los Consejos Locales de Niñez aparecen en un primer momento asociados a la legalidad, sin embargo a medida que se indagaban las prácticas territoriales y las estrategias comunicacionales que realizan emergen otras fuentes, que no son percibidas por los actores como fuentes de legitimidad. Los organismos se han transformado en entes capacitadores de las nuevas normativas de Niñez y de los plexos normativos en general “que inauguran las leyes que comienzan en 26.000” como indicó la Defensora Nacional del Niño, Marisa Graham en el último encuentro de Consejos Locales el 21 de junio de 2019. Esas normativas son parte de lo que varios autores llaman momento de institucionalización de históricas demandas sociales y de movimientos sociales, y se caracterizan por: la articulación entre ellas, la territorialidad, la transversalidad e interdisciplina y la corresponsabilidad. Mediante creación de material

gráfico, charlas en escuelas y universidades, debates en los cuerpos legislativos municipales y conformación de redes locales de asistencia, los Consejos han generado legitimidad técnica en relación a la problemática. No es un dato menor, que los y las principales referentes de los Consejos sean profesionales. De esta forma comienzan a delimitarse las matrices socioculturales que se construyen dentro de los organismos.

En este sentido, a partir de la asunción del gobierno de Cambiemos empieza a debilitarse lo que Máiz llama la justificación de las reglas. Es decir, empieza a ser cada vez más frágil las creencias respecto a los ejes de las leyes de niñez nacional y provincial. Esto se observa inmediatamente en la ausencia de un lenguaje técnico común entre gobernantes y gobernados.

“Bueno, con la gestión anterior siento que eran más hábiles que esto o menos impunes, vos sentías que te escuchaban pero después no pasaba nada o pasaba pero a medias.” (CL. Gral. Pueyrredon)

“No hay caso, no es que no vienen a las asambleas, es que parecen que hablan otro idioma diferentes. Las veces que vinieron, les pedimos que por favor lean la ley”. (Defensor del Pueblo de Gral. Pueyrredon)

Como se observa, la mentada legitimidad se presenta en distintos discursos representando a otras palabras que quedan opacas y que son provechosas para comprender las relaciones de poder: las participaciones, las fuentes de reconocimientos, la institucionalidad y finalmente, la incidencia política. Para comprender el mapa completo es necesario recorrer teóricamente cada una de esas categorías y así delimitar qué entienden los Consejos Locales de Niñez por legitimidad y cuál es el rol de la misma en las estrategias comunicacionales que despliegan. Sólo con motivo de dejar una hoja de ruta posible, se proponen los siguientes aspectos para pensar los procesos de legitimidad de los Consejos Locales de Niñez:

- La descentralización institucional que promovió la Reforma Constitucional y su impacto en las gestiones municipales y en las dinámicas locales (Delgado, 1998; Poggiese, 2000).

- El carácter participativo de distintas normativas contemporáneas a la Ley Nacional 26.061 de Promoción y Protección de los Derechos de la Niñez y la Adolescencia (Pagani, 2013; Caneva, 2015).

- Los niveles de incidencia en relación a los distintos momentos de una política pública y a los recursos y relaciones que tengan los actores de los Consejos Locales de Niñez (Uranga, 2012, Zapata, 2013, Oszlak, 2009).

- Las modalidades de participación y ambientes de organización que se desarrollaron en cada Consejo

Local: autoridades, financiamiento, asambleas, tomas de decisión, planes de acción (Cunill Grau, 1995).

-Un trabajo de campo que recopile las acciones implementadas por los Consejos Locales de Niñez y las tipifique teniendo en cuenta sus objetivos y las fuentes de legitimidad en las que se sustentan.

Bibliografía

- Bourdieu P. (1980). *El Sentido Práctico*. Taurus, Barcelona.
- Cáneva V. (2015). *Crisis y encuentros. Una mirada comunicacional sobre la recreación de lazos socio-urbanos en organizaciones de vecinos autoconvocados*. Tesis Doctoral de Comunicación, UNLP.
- Castoriadis, C. (1997). *El avance de la insignificancia*. Buenos Aires, EUDEBA.
- Cunill Grau N. (1995). La rearticulación de las relaciones Estado-Sociedad: en búsqueda de nuevos. En *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, Julio 1995, No. 4 (3-20), Caracas. Disponible en: <http://bit.ly/2k87tjV>
- García Delgado, D. (1998). Nuevos escenarios locales. El cambio en el modelo de gestión. En: Venesia J. C. (Comp.) *Políticas Públicas y Desarrollo Local* (pp.10-27). Instituto de Desarrollo Regional, FLACSO.
- Giddens, A. (1993). *Las nuevas reglas del método sociológico*. Buenos Aires.
 - González Bombal, I. y Rodrigo Villar (2003): *Organizaciones de la sociedad civil e incidencia en políticas públicas*. Ed. Libros del Zorzal, Buenos Aires.
 - Jaramillo, López, J. C. (2011). ¿Comunicación estratégica o estrategias de comunicación? El arte del ajedrecista. Ponencia presentada en el *VII Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional*, Universidad Autónoma de Occidente, Cali, Colombia.
 - Laclau, E. (2013) Argentina: anotaciones preliminares sobre los umbrales de la política. En *Revista Debates y Combates*. Año 3, n° 5, Buenos Aires, p. 9-18.
 - MÁIZ, Ramón (2003), "Poder, legitimidad y dominación" en Aurelio Arteta, Elena García Guitián y Ramón Máiz, *Teoría política: poder, moral, democracia*. Madrid: Alianza.
- Massoni, S. (2016). Entrevista audiovisual realizada en la FCPyS UNCUIYO. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=VqxWEBxMQIY>
- Massoni, S. (2017). *Medir la comunicación desde lo vivo. Indicadores comunicacionales en dimensiones múltiples*. UNR Editora,
- Universidad Nacional de Rosario.
 - Matus, C. (1992). *Política, planificación y gobierno*. Caracas: Fundación Altadir.
 - Morin, E. (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. Edhasa, Madrid.
 - MOUFFE, Chantal (1999), *El retorno de lo político*. Barcelona: Paidós.
 - Oszlak, O. (2009). *Implementación participativa de políticas públicas: aportes a la construcción de un marco analítico*. En Belmonte, A. (et. al.). *Construyendo confianza. Hacia un nuevo vínculo entre Estado y Sociedad Civil*, Volumen II. CIPPEC y Subsecretaría para la Reforma Institucional y Fortalecimiento de la Democracia, Jefatura de Gabinete de Ministros, Presidencia de la Nación, Buenos Aires.
 - Pagani, M. L. (2014). *Vos propones, vos decidís. Presupuestos participativos y participaciones ciudadanas en La Plata y Morón (2006-2014)*. Tesis doctoral en Ciencias Sociales, UNLP.
- Pérez, A. R. (2012). El estado del arte en la Comunicación Estratégica". En *Mediaciones Sociales*, N° 10, I semestre 2012, pp. 121-196. ISSN electrónico: 1989-0494. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_MESO.2012.n10.39684
- Poggiuese, H. (2000b). Desarrollo local y planificación intersectorial, participativa y estratégica breve revisión de conceptos, métodos y prácticas. En el *II Seminario Internacional Parques tecnológicos e incubadoras de empresas desarrollo local y gestión tecnológica*. Mar del Plata, 11 al 13 de octubre de 2000. Ponencia publicada en actas del Congreso.
- Sotolongo Codina, P. L y Delgado Díaz C. J. (2006). *La revolución contemporánea del saber y la complejidad social: Hacia unas ciencias sociales de nuevo tipo*. Buenos Aires, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales-CLACSO.
- Uranga, W. (2012). *Diseño Estratégico. Cuadernos de cátedra N°7*. Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales. Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.
 - Uranga, Washington (2007). *Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales*. Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales. Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.
 - Williams R. (1992). *Historia de la Comunicación. Vol 2: De la Imprenta a nuestros días*. España: Casa Ed. Bosch.
 - Zapata, N. (2014). *Aportes de la comunicación en experiencias de incidencia*

de organizaciones que promueven derechos en ámbitos de privación de la libertad en la Provincia de Buenos Aires. El caso del GESEC (Grupo de Estudio sobre Educación en Cárceles)(2002-2012). Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Quilmes.

población mundial, de los cuales el 42 por ciento lo hace a través de teléfonos móviles.

Con respecto a la República Argentina, hay más de 41 millones de usuarios de internet, de los cuales el 76 por ciento son activos de las redes sociales; de éstos el 69 por ciento lo hace a través del teléfono móvil⁷. Específicamente, las audiencias públicas de los *social media* más utilizados se distribuyen de la siguiente manera: 32 millones usan Facebook, 16 millones Instagram, 4,200 millones Twitter, 2,750 millones Snapchat y 6,800 millones LinkedIn, como se observa en el siguiente gráfico:

PERCEPCIÓN DE LA CONFIGURACIÓN DE VÍNCULOS ONLINE EN LAS ORGANIZACIONES



Neild, Graciela E.

FCC- UNC / gracielaneild@yahoo.com.ar

Palabras claves: Redes sociales; Comunidad digital; Paradigma; Percepción; Segmentación de audiencia

Cuando John Berners Lee, científico británico, estableció la primera comunicación entre un cliente y un servidor a través del protocolo HTTP⁵ en 1989 lo hizo para que el que leyera el texto pudiera ir directamente a otro documento relacionado en forma fácil y rápida. Este modelo exigía que todos los contenidos fueran creados con anterioridad al acceso del usuario. Esta web es la antesala de la web que vendría después. Años más tarde, Internet deja de ser un sistema estático centralizado para abrirse a un modelo donde el valor reside en los propios usuarios. Surge el término 2.0 acuñado por el americano Dale Daugherty en una conferencia de 2004, en donde aparece una apreciación no considerada antes, la colaboración de los usuarios.

La web 2.0 hace referencia a las aplicaciones web que ofrecen servicios interactivos en red (por ejemplo blogs, redes sociales, compartición de fotos o vídeos) haciendo posible que los propios usuarios aporten, colaboren e intercambien ideas y contenidos. Con la web 2.0 Internet deja de ser simplemente una nueva tecnología para adquirir dimensión de vinculación social, una herramienta que permite unir a las personas. (Carballar, 2013, p.4)

Las estadísticas suministradas por la Agencia Global WeAreSocial y Hoodsuite a comienzo de 2019⁶ indica que hay alrededor de 3.500 millones de usuarios de redes sociales en el mundo, es decir el 45 por ciento de la

Los datos de la cantidad de usuarios indican que pertenecemos a una sociedad red, una sociedad que se construye en torno a relaciones personales e institucionales, en la que se instaura una gran cantidad de comunidades interconectadas que comparten ejes claves: identidad, interés específico y jerarquía para que sea tal aunque, en general, efímera. La comunidad digital no puede escapar a la identidad porque los individuos que la conforman tienen alguna característica en común, por ejemplo, alumnos de una carrera, políticos de un partido, grupos de ayuda, u otro. No obstante, el hecho de que tengan algo en común no significa que compartan los mismos intereses, por ejemplo la comunidad de alumnos puede tener en común ser estudiantes de la carrera ciencias de la comunicación y tener intereses específicos vinculados al área o temas tratados, pero no significa que tengan el mismo interés respecto a otros aspectos como moda, ideología política, literatura; en tal caso, aunque se identifiquen como alumnos de la misma carrera pueden pertenecer a grupos de interés diferentes en Facebook, o seguir a cantantes o artistas distintos en Twitter; o utilizar ciertas imágenes o vídeos en Instagram que no son o refieren a los compañeros de estudio; o emplear Snapchat con los amigos del barrio o familia. El otro eje que determina la comunidad es la jerarquía; siempre alguien, al igual que la comunidad *offline*, pone orden, establece las reglas. Es un orden con matices diferentes al de la comunidad no digital. Alguien lanza el disparador en Facebook, alguien dirige un grupo para su funcionamiento, directa o indirectamente, conocido o no: Gerente General, Decano, Director, Profesor, Jefe administrativo, Administrador de una cuenta en la red, líder político, líder de grupos en protestas; en el caso de

5 HTTP: *Hipertext transfer Protocol*= Protocolo de transferencia de texto

6 <http://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

7 <http://es.slideshare.net/datareport/digital-2019-argentina-january-2019-v01>

las aplicaciones digitales el servidor siempre propone y el usuario acepta o no: elige construir o formar parte de una comunidad para el ocio, para el debate, para la instrucción, para el comercio. Siempre alguien pone pautas.

La presencia necesaria del otro, más que nunca, desde las redes sociales, se hizo evidente en 2006 cuando la persona del año para la revista Time fue *You* (usted). En la portada se colocó la imagen de una PC con un espejo en la pantalla que sugería que sólo se veía el usuario. A partir de ese año se habla de una nueva versión de la web generada por *usted, la persona que usa y responde*, el prosumidor, una palabra acrónimo formada por la fusión de los términos *producir* (productor) y *consumer* (consumidor), es decir es quien consume a la vez que produce. Esta expresión cargada de significado para elaborar los contenidos es una herramienta importante para las comunicaciones al exterior de las Instituciones. El prosumidor hoy es indispensable para mejorar o cambiar productos o servicios, o planes de estudio en carreras universitarias, o para hacer o mejorar el *Branding* (trabajar la marca) o conocer qué necesitan grupos en emergencia.

La revolución de la tecnología con las redes sociales convierte al ciudadano, en especial a los jóvenes y adultos jóvenes⁸, en *conversadores* sobre todo tipo de temas. Y esas conversaciones son necesarias para construir nuevas ofertas (productos, servicios, ideas, temas sociales, aplicaciones tecnológicas, sugerencias, pareceres sobre fenómenos sociales o climáticos, opiniones políticas, carreras de estudio, entre otros). Por ejemplo, los usuarios participan de los foros de la compañía multinacional Procter & Gamble, hablan en los noticieros de CNN, les responden a los periodistas, cualquiera sea la temática que traten, opinan de Foros políticos internacionales, o de acciones bélicas. Se disparan los contenidos emitidos por personas que están en algún lugar del mundo y son receptados por otras ubicadas en cierta parte, próxima o muy distante, que tal vez nunca se conocerán. El ser humano es tomado como igual allá o acá. O es odiado acá o allá. Son comunidades que se unen rápido, que perduran unos días o unas horas y, del mismo modo, se desunen o se mantienen latentes, pero son absolutamente requeridas para que el sistema tecnológico siga contando con la predisposición virtual. Una predisposición que brinda contenidos para hacer, mejorar o cambiar en diferentes órdenes la vida del hombre.

Aparece una *reinterpretación de las relaciones* que se reacomoda para formar parte de una red *anónima pero pública*, sin materia carnal, que transporta un nombre real o imaginario de identificación humana, cuya

conformación biológica se tiñe de nuevos sentidos. Finalmente, el cambio de paradigma ofrece algunos valores como la “construcción colectiva, la construcción democrática, la transparencia y el poder de lo casi gratis...” (Zuccherino, 2018, 29-35) que habría que considerar para entender que la percepción y los intercambios digitales obligan a una adaptación a la realidad vertiginosa que ofrece la ventaja de regeneración de conocimiento hacia delante, donde siempre habrá oportunidades, sea entre individuos como entre colectivos. Esto es, la configuración de los vínculos *online* indica que la web 2.0 exige una respuesta siempre, que hay usuarios y creadores de contenidos en forma permanente, que se intercambian, para informar, para aprender, solo para compartir, para buscar adherentes, para vender, para comprar.

Esta realidad exige que *la percepción de los vínculos online* en las organizaciones no se puede esquivar, menos desconocer; de hecho esta percepción ya es considerada para determinar segmentos de audiencias, *target* o simplemente públicos, los que hoy se facilitan con dispositivos que disponen las mismas redes sociales, incluso con métricas para evaluar recepción, aceptación o rechazo. Esta percepción obliga a elegir uno o varios medios sociales según los públicos de interés; a trabajar con soportes digitales para el diseño de campañas publicitarias; para el *management* comunicacional en organizaciones internacionales; para elegir contenidos; incluso para seleccionar expresiones, entre otros cometidos organizacionales.

Bibliografía

- Brunetta, H. (2012) *Community Management*. Buenos Aires: Dalaga
- (2013) *Marketing Digital*. Buenos Aires: Dalaga
- Carballar, J., A. (2013) *Social Media. Marketing Personal y Social*. Buenos Aires: Alfaomega
- Kotler, P., y Keller, K. (2012) *Dirección de Marketing* (14^a ed.). México: Pearson
- Macionis, J.J., y Plummer, K. (2011) *Sociología* (4^a ed.). Madrid: Pearson
- Neild, Graciela (2012) *Comunicaciones al Mercado desde la operatividad de mercadotecnia*. Córdoba, Argentina: Copiar
- Zuccherino, S. (2018) *Social Media Marketing* (2da ed.) Buenos Aires: Temas
- Reports Digital in 2019: <http://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- <http://es.slideshare.net/DataReport/digital-2019-argentina-january-2019-vol1>

8 Kotler y Keller (2012) ...la generación X, nacidos entre 1964 y 1978, para la mayoría de los del tercer milenio nacidos entre 1979 y 1994, y todos los nacidos en la primera década del siglo XXI, generación Z. *Dirección de Marketing* (pp. 219-221). México: Pearson

LAS INSTITUCIONES COMO FUENTES EN LAS NOTICIAS

Rotelli, Nicolás

UADE / nicolasrotelli@gmail.com

Palabras claves: comunicación institucional; periodismo; relaciones con la prensa; *newsmaking*; medios de comunicación

Las instituciones como fuentes en las noticias

Este artículo busca identificar y analizar la presencia de las instituciones como fuentes en las noticias publicadas en la prensa gráfica argentina.

La información que circula en los medios es producto de la acción de dos actores: periodistas y fuentes institucionales, muchas veces en tensión durante este proceso de construcción de las noticias. En la actualidad, cada vez es mayor la cantidad de contenido de los medios producido desde las oficinas de prensa, lo que nos obliga a analizar el rol de la comunicación institucional en el proceso.

El artículo se propone identificar, a través del análisis de contenido de noticias publicadas en 4 diarios argentinos, el rol que tienen las fuentes institucionales en la producción de las noticias. Además, se compararán estos datos con la opinión que los periodistas tienen respecto a su vínculo con las fuentes institucionales. Así, ambas herramientas de recolección de datos nos permitirán tener una mirada más amplia sobre el tema, ya que el análisis de contenido no puede dar cuenta por sí sólo de la dinámica que se vive en las redacciones y, a su vez, las respuestas de los periodistas no garantizan un análisis acabado de las relaciones entre estos y las fuentes.

Introducción: las fuentes en el proceso de construcción de la información

Toda noticia comienza con una fuente. La fuente informativa es “todo aquél o aquello que suministra información en relación a los hechos y sucesos que son objeto de la noticia” (Ortiz en Ambort y otros, 1996, p. 130).

Consideramos aquí a la noticia como un proceso del que participan diversos actores: periodistas, fuentes

informativas y el público (Martini, 2000). Se analizará aquí la relación entre dos de esos actores: las fuentes y los periodistas. La perspectiva teórica adoptada para el análisis de los procesos de producción de noticias será el *newsmaking* (Martini y Luchessi, 2004): los procedimientos de trabajo que normalizan los procesos y facilitan las decisiones periodísticas se conocen como rutinas productivas dentro de la teoría de la noticia. Esta investigación considera fundamental analizar el proceso de producción de noticias que circulan en los medios atendiendo a lo que efectivamente producen los periodistas (Hanitzsch y Mellado, 2011; Mellado & Van Dalen, 2013).

En este texto nos posicionamos desde el lugar de las instituciones, para analizar los desafíos que deben enfrentar los responsables de mantener el flujo de información entre las organizaciones y los medios de comunicación. Las instituciones y actores sociales que quieren llevar su voz al público a través de los medios de comunicación buscan constituirse en fuentes institucionales confiables para los medios (Duarte, 2011).

Las fuentes informativas y los periodistas son dos actores centrales en el proceso de construcción de las noticias. McCombs señala que los periodistas solo pueden observar una pequeña fracción de las situaciones y hechos que se producen cotidianamente (2006, p.197). Partimos de la constatación que los Estados, empresas y organizaciones de la sociedad civil han ido perfeccionando técnicas de comunicación que les permiten participar activamente en el sistema de medios con los que interactúan en un proceso de influencia recíproca. Un elemento insoslayable en la construcción de la información pública es la profesionalización en las herramientas y tácticas de comunicación de diversos actores sociales. Este proceso se ha acelerado en los dos últimas décadas con medios que carecen de recursos para la producción propia de información, mientras que las organizaciones, en especial las más poderosas, fueron asignando cada vez mayores recursos técnicos y económicos para la gestión de las comunicaciones institucionales, recursos que muchas veces atraen a profesionales que antes trabajaban en las redacciones (Amado, 2016a).

Metodología: investigar la presencia de las fuentes en las noticias publicadas

En este artículo se retoman los datos obtenidos en el capítulo argentino del estudio internacional *Journalistic Role Performance*⁹, donde se relevaron, mediante la técnica de análisis de contenido, 3400 noticias de 4 diarios de temática nacional desde el 02 de enero de 2012 al 31 de diciembre de 2013. Se seleccionaron los diarios Clarín, Diario Popular, Página 12 y La Nación.

La elección de estos medios obedece, por un lado, a que son los diarios de temática nacional de mayor tirada y, además, a que tienen diferentes públicos y adscripción ideológica, lo que nos permitirá observar regularidades en las relaciones fuentes-periodistas, más allá del medio en el que se publique la noticia analizada.

Estos datos serán puestos en tensión con encuestas realizadas en el mismo período a periodistas de nuestro país, en el marco del capítulo argentino del estudio internacional *Worlds of Journalism*¹⁰.

Como investigador, he participado en ambos trabajos académicos (Amado y Rotelli: 2018), y es mi intención poder compartir algunos resultados, en particular en lo referente a la relación entre fuentes y periodistas.

¿Qué rol tienen las fuentes en las noticias?

Un primer punto de análisis fue identificar a los actores sociales que se convierten en fuentes para los periodistas. Se definieron los siguientes tipos de fuente:

- Fuente Estatal o Partido Político: funcionarios públicos de los poderes ejecutivo y legislativo; miembros de partidos políticos.
- Fuente Sector Empresarial: voceros y representantes del sector empresarial.
- Fuente Sociedad Civil: miembros de la sociedad civil organizada.
- Fuente Ciudadanos Comunes: personas que hablan a título personal, sin representar a ninguna organización.
- Fuente Medios: información provista por medios de comunicación.
- Fuente Expertos: especialistas de un área del conocimiento, académicos e investigadores.
- Fuente Anónima: fuente no identificada.
- Otras Fuentes.

Al analizar los diversos tipos de fuentes presentes en las noticias, observamos la clara preeminencia de las fuentes estatales y políticas por sobre el resto de los actores sociales: 35% de las noticias tienen una o más fuentes estatales. El segundo tipo de fuente con mayor presencia en las noticias analizadas son las fuentes anónimas, es decir, fuentes que no están identificadas plenamente, presentes en el 13% de las noticias. También con el 13% aparecen las fuentes de la sociedad civil organizada: sindicatos, iglesias y organizaciones del tercer sector. Luego vienen, con una presencia del 11% en las noticias analizadas, las fuentes de la ciudadanía no organizada y los medios de comunicación. Finalmente, los expertos

y las fuentes del sector empresarial son fuente en un 7% de las noticias. Aquí podemos observar el primer indicador de la presencia de las fuentes institucionales en las noticias, ya que sólo una de cada 10 noticias incluye como fuente a actores no organizados.

Ahora bien, cuando analizamos cuál es la fuente principal de la noticia estos datos se mantienen. Personas o instituciones estatales y políticas son la fuente principal en más del 34% de las noticias analizadas. Organizaciones de la sociedad civil son la fuente principal en el 10% de las noticias, seguido por ciudadanos comunes. El porcentaje de noticias en las que la fuente principal no aparece plenamente identificada no es despreciable: 8%. Otro dato importante es que casi un 19% de las noticias no tienen fuente.

Los expertos en diferentes temáticas, como salud, educación, transporte o energía, son la fuente principal en menos de 1 de cada diez noticias. Esto nos lleva a pensar en la necesidad de incluir voces que le permitan al lector contar con mayores datos y perspectivas idóneas para entender las noticias en contextos complejos como el actual.

Ahora bien, es interesante comparar estos datos con las respuestas que nos dan los mismos periodistas. La importancia que los diarios dan a los políticos y funcionarios en las noticias entra en tensión con la poca confianza que despiertan esos actores entre los periodistas. La encuesta global de *Worlds of Journalism* muestra que ninguna de las fuentes más citadas supera la calificación media en el rango de valoración cinco puntos que se solicitaba a los entrevistados.

Bibliografía

- Amado, A. (2016a). *La prensa de la prensa: periodismo y relaciones públicas en la información*. Buenos Aires: Biblos.
- Amado, A. y Rotelli, N. (2018). El periodismo a diario: modelos profesionales en la prensa gráfica argentina. En *¿Qué periodismo se hace en Argentina? Perspectivas locales y globales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.
- Ambort, M.; Loyola, M.; Ortiz, A.; Tobar, J. (1996). *El periodismo gráfico. Los periodistas, el periódico, los géneros*. Córdoba: Op Oloop Ediciones.
- Duarte, Jorge (org.) (2011). *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. São Paulo: Atlas.
- Hanitzch, T.; Mellado, C. (2011) What Shapes the News around the World? How Journalists in Eighteen Countries Perceive Influences on Their Work. *The International*

Journal of Press/Politics, v. XX, n. X, p. 1–23, 2011.

Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Norma.

Martini, S.; Luchessi, L. (2004) *Los que hacen la noticia*. Buenos Aires: Biblos.

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.

Mellado, C.; Van Dalen, A. (2013). “Between Rhetoric and Practice. Explaining the gap between role conception and performance in journalism”. *Journalism Studies*. doi: 10.1080/1461670X.2013.838046

GÉNEROS PROFESIONALES Y COMUNICACIÓN: EL CASO DEL MENSAJE DE APERTURA DE REPORTES DE SUSTENTABILIDAD

Emeri, Silvina

UNISAL / silvina.emeri@hotmail.com

Kammerer, Luján

UNISAL / kammererlujan@gmail.com

Veremenchik Stalldecker, Nazarena

UNISAL / nachii.v@gmail.com

Palabras claves: formación profesional; análisis multinivel; Licenciatura en Comunicación; comunicación organizacional; prácticas discursivas empresariales

La presente ponencia se inscribe en un Proyecto de Investigación que aborda la problemática de los géneros profesionales que conforman potencial campo de acción de un/a licenciado/a en Comunicación.

En esta oportunidad, nos focalizaremos en el área de la Comunicación Institucional. En este marco, nos proponemos efectuar un primer acercamiento a la definición y caracterización de un género poco explorado: el mensaje de apertura de los Reportes de Sustentabilidad, en adelante MARS.

Nuestra investigación se desarrolla desde un enfoque pragmático-sociocognitivo (Heinemann y Vieghweger,

1998; Parodi, 2008, 2010, 2015) que implica una aproximación multinivel de los géneros profesionales. Consideramos a estos últimos como parte del *discurso especializado* junto con los géneros académicos, ya que ambos conforman un continuum que articula el mundo del aprendizaje con el de la práctica profesional concreta (cfr. Parodi, 2010). Asimismo, -y si bien prefiere la denominación de discurso profesional- compartimos la concepción de Navarro (2012) de este objeto, y entendemos, así, a los géneros profesionales como “el conjunto de géneros discursivos que llevan a cabo los objetivos específicos de las organizaciones donde circulan. Estos constituyen prácticas discursivas que se encuentran estandarizadas y reguladas institucionalmente” (2012: 1297-1298).

Además del marco referido, trabajamos con aportaciones del Análisis del Discurso Institucional (Drew y Sorjonen, 2000), la Sociolingüística Interaccional (Gumperz, 2001; Tannen, 1994) y la Pragmática Sociocultural (Bravo y Briz, 2004).

En lo que respecta a los antecedentes en torno al objeto de estudio de esta ponencia en particular -hasta donde llega nuestro conocimiento- este no se ha abordado de manera específica en investigaciones previas, sobre todo en América Latina. De todos modos, es importante destacar aquellos estudios en los que este es analizado en el marco de la aproximación a otros temas y fenómenos. Estos estudios han sido desarrollados en su amplia mayoría en Europa y Estados Unidos.

Un abordaje de carácter similar al que nos proponemos realizar lo encontramos en el trabajo de Bowers (2010), quien analiza el Reporte de Sustentabilidad como género, poniendo en foco de atención la dimensión económica de la definición de sustentabilidad en estos textos.

Otros autores que han abordado el Reporte de Sustentabilidad, desde perspectivas diversas que van desde la economía y la contabilidad hasta la comunicación corporativa, son Kolk (2005), Barkemeyer et al (2014), Reily y Hynan (2014).

Por último, haremos mención de un grupo de trabajos que tienen como objeto de estudio las cartas de CEOs dirigidas a accionistas en el marco de los Balances Anuales (*letters to shareholders*). Entre estos estudios destacamos los de McConnell, Haslem y Gibson (1986), Abrahamson y Amir (1996), Hyland (1998) y Conaway y Wardrope (2010).

Si bien, tal como anticipamos, no existe bibliografía especializada en torno al género MARS, nos parece pertinente incorporar algunas nociones básicas en torno al Reporte de Sustentabilidad como género más amplio, contenidas en materiales de referencia de empresas. La definición de este género, por mencionar uno de estos aspectos básicos a los que aludimos, fue registrada en la *Guía Práctica para la Elaboración de Reportes de Sustentabilidad* de la organización chilena *Acción RSE*. Allí se plantea que el reporte es un documento que

comunica el desempeño financiero, ambiental y social de una compañía u organización a sus grupos de interés. Al cumplir este propósito, crea valor económico para quien lo publica. Por lo tanto, este informe puede ser definido también como un instrumento estratégico, y una vía de comunicación permanente. (cfr. Acción RSE, 2007:8)

Desde nuestra perspectiva, y en línea con lo referido anteriormente, entendemos que este reporte es un recurso clave para transmitir a la comunidad todo aquello relacionado con la Responsabilidad Social Empresarial. Es un documento que tiene entre sus objetivos transparentar el vínculo con los distintos públicos a los que se dirige y a mejorar la reputación corporativa, a fin de acceder a nuevos mercados y ampliar el diálogo con la comunidad. Debido a que se trata de un análisis en marcha, este escrito presenta los resultados preliminares obtenidos de la revisión de un corpus inicial conformado por tres mensajes incluidos en los reportes de sustentabilidad de *Profertil*, *Arcor* y *Cooperativa Obrera*, todas ellas instituciones de carácter nacional.

Si bien los casos seleccionados corresponden a empresas u organizaciones de gran magnitud, cabe mencionar que la tarea de redactar reportes de sustentabilidad es bastante reciente.

El abordaje multinivel del corpus de análisis responde a los lineamientos básicos de Heinemann y Vieghweger (1998) y Parodi (2008, 2010, 2015) en lo que respecta a los parámetros a considerar en relación con cada género. A estos hemos incorporado otros en función de las características de los textos (orales y escritos) que conforman el corpus actual de nuestra investigación. Hemos organizado estas variables en las tres dimensiones de abordaje de los géneros propuesta por Cassany (2006): aspectos contextuales y socioculturales, aspectos discursivos y aspectos léxico gramaticales.

A continuación, presentaremos los resultados preliminares del análisis, organizado en función de las dimensiones referidas anteriormente.

En lo que respecta a los aspectos contextuales y socioculturales del MARS, observamos que su propósito principal es presentar una evaluación del desempeño y accionar de la organización durante el año anterior a la elaboración del reporte y señalar líneas de acción futuras. El MARS es un documento que se difunde dentro del ámbito corporativo en soporte digital. Muchas organizaciones publican los archivos en sus plataformas virtuales, ya sea dentro de un sitio web o compartido mediante alguna red social que pertenezca a la entidad. Está dirigida a un amplio espectro de receptores que incluye, no solo a integrantes de la organización, sino también, colaboradores externos y comunidad en general. En relación con los aspectos discursivos, el análisis del corpus ha dado cuenta de ciertas recurrencias en cuanto a la estructuración y organización de la información incluida en los MARS. El primer párrafo, por ejemplo, se destina a efectuar una breve introducción del contenido

general del Reporte de Sustentabilidad, aunque en uno de los casos analizados se plantea la incorporación de un segundo mensaje, escrito por un área de la organización encargada de desarrollar la Sustentabilidad. Allí se describen cuestiones específicas ligadas a la estructura del texto y se detallan los aspectos técnicos que lo conforman. A lo largo de todo el mensaje predomina la narración, debido a que las acciones a las que se hacen referencia son producto del trabajo realizado el año anterior y dan cuenta de los resultados obtenidos. La parte final, generalmente contiene una interpelación directa a los lectores como parte de una invitación a la lectura del documento completo.

Los MARS analizados son multimodales: además de lo verbal, incorporan las fotos de las personas que firman el mensaje. Otra modalidad de la que se hace uso es la firma electrónica o digital, a fin de evidenciar la autoría del mensaje y otorgar credibilidad. En cuanto a la extensión, advertimos que por lo general esta no suele ir más allá de una carilla.

En lo que respecta a los aspectos léxico-gramaticales, hemos advertido, a lo largo de todos los mensajes analizados, la recurrencia de seis estrategias: a) la inclusión de cifras exactas que otorgan credibilidad al escrito ; b) el predominio de los tiempos verbales pretérito perfecto simple (para señalar logros alcanzados y actividades realizadas) y futuro (para comentar acciones a desarrollarse, proyecciones), aspecto que se relaciona directamente con el tercero, c) la frecuencia de aparición del término *desafío* y otros de su familia de palabras. Hemos observado que el empleo de *desafío* acompañada de verbos en pasado refiere a los ya superados por la empresa, y que esta palabra junto con verbos en futuro designa tareas que esta se propone llevar adelante.

Registramos, asimismo, d) el uso del *nosotros institucional*, que consiste en el empleo de la primera persona del plural para señalar la pertenencia a una institución (Drew y Sorjonen, 2000; Benwell y Stokoe, 2006), en este caso, a una comunidad empresarial, y así alinearse e identificarse con ella; e) la alta frecuencia de términos del campo semántico de *sustentabilidad*, *compromiso*, *confianza* y *responsabilidad*; y e) la interpelación directa a los lectores a fin de invitarlos a la lectura del Reporte. Es importante señalar que hemos registrado el uso de otros recursos léxico-gramaticales de interés que ejemplificaremos en la versión final de la ponencia.

El análisis realizado nos ha permitido esbozar -ante su ausencia en la literatura especializada- una definición de *mensaje de apertura de Reportes de Sustentabilidad*. Entendemos, así, que este género consiste en un mensaje introductorio que acompaña el reporte de sustentabilidad de una organización. Su enunciador es un miembro ejecutivo de la empresa; presidente de la firma o el gerente general. El interés de este texto se centra en ampliar la difusión y abrir el canal de comunicación para dar cuenta de la idea de “gestión transparente”.

El mensaje contiene expresiones de deseo, agradecimientos y frases motivacionales. Posee como rasgo característico el empleo de un lenguaje claro que propicia la cercanía con los destinatarios. Esto último genera sentido de pertenencia hacia la compañía, ya que se llega al público de una manera más directa.

Bibliografía

Abrahamson, E. y Amir, E. (1996). "The Information Content of the President's Letter to Shareholders", en *Journal of Business Finance & Accounting*, 23 (8), pp. 1157-1182.

Barkemeyer, R. et al (2014). "CEO statements in sustainability reports: Substantive information or background noise?" en *Accounting Forum* (artículo en prensa).

Benwell, B. y E. Stokoe (2006) "Institutional identities", en *Discourse and identity*, Edinburgh, Edinburgh University Press, pp. 87-128.

Bowers, T. (2010). "From image to economic value: a genre analysis of sustainability reporting", en *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 15 Iss 3, pp. 249-262.

Bravo, D. y A. Briz (eds.) (2004). *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona: Ariel Lingüística.

Cassany, D. (2006). *Taller de textos. Leer, escribir y comentar en el aula*, Barcelona: Paidós.

Ciapuscio, G. E. (1994). *Tipos textuales*, Buenos Aires: Eudeba.

Conaway, R. y Wardrope, W. (2010). "Do their words really matter? Thematic analysis of U.S and Latin American CEO Letters", en *Journal of Business Communication*, Vol. 47, N°2, pp. 141-168.

Drew, P. y Sorjonen, M.J. (2000). "Diálogo institucional", en Van Dijk, T. *El discurso como interacción social*, Barcelona: Gedisa Editorial, pp. 141-177.

Gumperz, J. (2001). "Interaccional Sociolinguistics: a Personal Perspective", en Schiffrin et al. (eds.) *The Handbook of Discourse Analysis*, Massachusetts: Blackwell Publishers, pp. 215-228.

Hyland, K. (1998). "Exploring Corporate Rhetoric: Metadiscourse in the CEO's Letter", en *International Journal of Business Communication*, Vol. 25. Num. 2, pp. 224-245.

Kolk, A. (2005). "Sustainability reporting", en *VBA Journaal*, 21(3), 34-42.

McConnell, D., Haslem, J. y Gibson, V. (1986). "The President's Letter to Stockholders: A New Look", en *Financial Analysts Journal*, Vol. 42, No. 5, pp. 66-70.

Navarro, F. (2012). "¿Qué son los géneros profesionales? Apuntes teórico-metodológicos para el estudio del discurso profesional", en A. Cristófalo y J. Ledesma (Eds.), *Actas del IV Congreso Internacional de Letras*

"Transformaciones CultuChiodiales. Debates de la teoría, la crítica y la lingüística en el Bicentenario", Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Parodi, Giovanni (2010). *Academic and Professional Discourse Genres in Spanish*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Parodi, G. (ed.) (2015) [2008]. *Géneros académicos y géneros profesionales: accesos discursivos para saber y hacer*, Valparaíso: Ediciones Universitarias de Valparaíso.

Parodi, G. y G. Burdiles (eds.) (2015). *Leer y escribir en contextos académicos y profesionales: géneros, corpus y métodos*, Santiago de Chile: Editorial Planeta Chilena.

Reilly, A. H. y Hynan, K. A. (2014). "Corporate communication, sustainability, and social media: It's not easy (really) being green", en *Business Horizons*.

Tannen, D. (1994). *Conversational Style: Analyzing Talk Among Friends*, New Jersey: Ablex Publishing Corporation.

Fuentes consultadas

"Guía práctica para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad" (2007). Acción RSE. Claro Editores. *Global Reporting Initiative*, <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

Reporte de sustentabilidad 2017 de Profertil. Extraído de: http://www.profertil.com.ar/reporte_sustentabilidad

Reporte de sustentabilidad 2018 de Arcor. Extraído de: <https://www.arcor.com/reportes-de-sustentabilidad>

Balance Social Cooperativo de la Cooperativa Obrera (ejercicio 105, del 01 de marzo de 2015 al 29 de febrero de 2016). Extraído de: <https://www.cooperativaobrera.coop/balance-social-cooperativo>

PLANIFICACIÓN COMUNICACIONAL DE LAS OSC EN ARGENTINA: DIAGNÓSTICO Y PROPUESTAS PARA SU DISEÑO

Etkin, Eugenia

UCES / eugeniaetkin@gmail.com

Pagani, Gabriela

UCES - USAL / gabriela@gabypagani.com.ar



Palabras claves: comunicación institucional; planificación estratégica; tercer sector; identidad; imagen

Introducción

El presente trabajo intenta dar cuenta del estado de la comunicación en las OSC en materia de planificación a partir de un estudio de campo que indaga sobre sus prácticas comunicacionales. Teniendo en cuenta este primer acercamiento se sugiere un modelo de planificación que permita implementar una práctica aún no adoptada de forma habitual por el Tercer Sector.

Sobre la planificación de la comunicación de las OSC

La planificación tiene como objetivo alcanzar una situación deseable mediante la utilización de diferentes recursos y que estén alineados a un fin determinado, señalados en el tiempo. En general, las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) consultadas en un estudio de 250 casos no cuentan con planes previos que encausen sus acciones de comunicación.

La investigación establece que el 68 % de las OSC no tiene un plan de comunicación ni realiza algún tipo de planificación anticipada, lo que indica que las organizaciones no invierten tiempo ni recursos en prever sus acciones de comunicación.

La importancia de la planificación reside en que posibilita organizar las actividades que se desean proyectar y, al mismo tiempo, permite reflexionar sobre las herramientas de comunicación más adecuadas que se necesitan y hacia qué actores están dirigidas.

Asimismo, la planificación permite identificar y analizar el contexto de oportunidades y amenazas en las cuales se van a desarrollar las acciones de comunicación y también marcar los lineamientos que se necesitan para actuar a largo plazo.

Otro dato significativo que arrojó el estudio es que del porcentaje de organizaciones que planifica sus comunicaciones, el 76 % lo hace de forma elemental, es decir, sin establecer objetivos, recursos y tiempos de ejecución. A esto se agrega que lo hace al mismo tiempo que ejecutan las actividades, esto implica que se van tomando decisiones en la marcha.

La existencia o no de un plan de comunicación es un claro indicio de la importancia que le otorgan a la comunicación en el sector, y aporta interrogantes acerca de la forma en que se gestiona.

Con relación a quienes son los responsables de la comunicación institucional en el Tercer Sector, según

las organizaciones relevadas en la investigación los directivos son los que asumen dicho rol (59%), en segundo lugar, algunos voluntarios (34%) y en un tercer lugar profesionales en comunicación (7%).

Por otra parte, es necesario aclarar que no todas las organizaciones interpretan la planificación de igual forma. Muchas la conciben como un plan normativo y formalmente establecido; mientras que, para otras, es un listado de tareas concretas. Los resultados de la investigación ofrecen la posibilidad de establecer que existe una escasa trayectoria en planificación comunicacional dentro de las Organizaciones de la Sociedad Civil, independientemente de su forma y tamaño.

En un primer relevamiento parecería que aquellas organizaciones que reciben financiamiento externo -a las cuales se les exige rendición por proyectos- tienen más ejercicio en planificación. Pero esto no significa, que las mismas organizaciones planifiquen con visión estratégica sus comunicaciones.

Como conclusión puede indicarse que la planificación, debería incorporarse como un valor dentro de una organización, como un ejercicio que apunte a establecer objetivos precisos y que involucre a distintos actores sociales. De lo contrario, las acciones que se despliegan funcionan de manera intuitiva, espontánea, creyendo que las habilidades técnicas resuelven los problemas de comunicación. La planificación comunicacional en las OSC es un proceso necesario porque posibilita alinear la misión y visión institucional, a los objetivos que persigue una organización.

Dado que existe una vacancia en materia de planificación comunicacional se propone ensayar una propuesta que contemple un proceso aplicado a organizaciones sociales a partir de diferentes modelos.

Hacia una propuesta de planificación comunicacional para OSC

A partir de los estudios e intervenciones realizadas en diferentes OSC, e integrando el antecedente de la *Matriz de planificación comunicacional* (Etkin, 2012) se propone una guía de planificación aplicada a organizaciones sociales.

Se coincide con Bartoli que toda organización requiere de programas y dispositivos de comunicación para procurar coherencia, porque “la comunicación improvisada, puramente informacional, sería motivo de ineficacia, frustraciones y desorden” (1992, p.117).

La propuesta de planificación que se presenta debe entenderse como un proceso flexible que va ajustándose a los tiempos de cada organización.

A continuación, se exponen cinco momentos del modelo propuesto los cuales están interrelacionados y solo se la presenta de forma secuencial para ordenar su lectura.

Primer momento: relevamiento. Se aborda la realidad institucional y las situaciones problemas. La realidad describe el contexto de la organización y sus datos fáctico, mientras que las situaciones problemas hacen referencia a la formulación de las problemáticas comunicacionales situadas en contextos.

Segundo momento: diagnóstico. En este momento el primer paso es analizar la identidad conceptual (misión, visión, valores, filosofía y atributos) y visual (elementos identitarios primarios y secundarios como isologotipo y colores institucionales) de la organización. También se incluyen las acciones de comunicación; en este punto se indagan los principales aspectos de la comunicación interna, con la prensa, campañas de bien público; campañas de recaudación de fondos, comunicación de riesgo y comunicación digital. El diagnóstico incluye el relevamiento de la percepción que tienen los diferentes actores sociales sobre la organización, es decir su imagen.

Por último, debe realizarse un mapa de los actores sociales con los cuales la OSC se relaciona o mantiene vínculos de interés.

Tercer momento: diseño de propuestas. En esta fase se trabaja el mapa de actores con los que se aspira a establecer vínculos; las acciones de comunicación correctivas para la solución de los problemas detectados; la elaboración de objetivos para cada una de las acciones propuestas dependiendo los actores involucrados; la imagen que se desea proyectar sobre la identidad de la organización; el relevamiento de los recursos necesarios para poner en marcha las acciones propuestas, los plazos de ejecución de las mismas y su presupuesto.

Cuarto momento: implementación. En este momento se define el equipo o persona encargada del desarrollo de las acciones y se establecen los tiempos a través de un cronograma del plan de trabajo.

Finalmente, la planificación contempla como último momento el de la evaluación y monitoreo en el que se dará cuenta de los procesos, los resultados alcanzados y permite identificar de manera sistemática la calidad del desempeño de cada una de las acciones contempladas en un plan.

Bibliografía

- Balas Lara, M. (2011). *La gestión de la comunicación en el tercer sector* (ESIC. Fund). Madrid:
- Bartoli, A. (1992). *Comunicación y organización. La organización comunicante y la comunicación*

organizada. Buenos Aires: Paidós Comunicación.

- Etkin, E. (2012). *Comunicación para organizaciones Sociales. De la planificación a la acción*. Buenos Aires: Apero. La Crujía.

ESPECIFICIDADES DE LA COMUNICACIÓN EN LOS MUSEOS VIRTUALES

Sozzi, Cecilia

FCC-UNC / ceciliasozzi@yahoo.com.ar

Palabras claves: museo virtual; comunicación museística; comunicación organizacional; comunicación digital; públicos

Desde el año 1974 el ICOM incluye a la comunicación entre las funciones constitutivas de un museo. Esta valorización del factor comunicacional se produce de modo amplio: recorriendo las publicaciones de expertos, existen innumerables modos de entender a la comunicación, en el atravesamiento de las perspectivas museológicas –en las que se incluyen a la nueva museología y la museología crítica, entre otras– y de los propios posicionamientos teóricos y metodológicos dentro del campo comunicacional.

Por tratarse de organizaciones que incluyen profesionales de diferentes disciplinas, pero quizás más aún por redefiniciones en las perspectivas museísticas movilizadas desde la última mitad del siglo pasado, se han ido explorando aspectos que implican en forma creciente a la comunicación, aunque en muchos casos a cargo de especialistas que no provienen de este último campo mencionado, o de comunicadores que no son reconocidos en su justa dimensión en los equipos de trabajo. Nos referimos a los estudios y prácticas cuyo objeto son, por ejemplo, las exposiciones, los visitantes o la finalidad educativa de los museos. Por otra parte, sin caer en el mediacentrismo ni en un reduccionismo instrumental, los usos generalizados de las tecnologías digitales interpelan para ampliar la función de la comunicación en museos. En este contexto, la mirada comunicacional ejercida por comunicadores que la cimenten en paradigmas y metodologías propios de su campo, tal como la esboza Cicalese –la comunicación por

comunicadores- (2015), constituye un aporte necesario.

La apropiación social de los avances tecnológicos apuntados ha dado las condiciones para la aparición del museo virtual. A los fines de este trabajo tomamos la noción en sentido estricto y nos referimos al que carece de sede física y tiene existencia únicamente en el mundo digital o virtual; y no a aquellos que replican digitalmente en Internet, fondos de museos materiales. Entonces, se trata de un museo que aprovecha los medios digitales para exponer, preservar, reconstruir y comunicar la cultura material e inmaterial de una sociedad. Está constituido por colecciones organizadas de artefactos digitales y bases de datos sobre objetos y procesos que puedan ser incorporados al medio digital y almacenados en el servidor de archivos del museo (adaptado de Medina, M.R., Simes J. y otros, 2017:2). En este sentido, no se trata exclusivamente de una exposición o repositorio de objetos digitalizados, sino que debe conformarse mediante relatos o narraciones explicatorias, expresas o tácitas (Somoza Rodríguez, M., 2011).

A partir del análisis de algunas concepciones y tipos de estudios relevantes en el campo de la comunicación de/en museos, proponemos las siguientes conceptualizaciones, que podrían guiar el trabajo concreto en lo comunicacional en su integración con las restantes funciones y actividades un museo virtual:

- **Museo como espacio de comunicación.** Todo lo que sucede y se encuentra *dentro* del museo virtual puede considerarse desde la dimensión comunicacional. En este sentido, es necesario incluir las múltiples interacciones entre el propio museo como organización o institución, las colecciones y exposiciones, los visitantes, las TICs. Ello implica situarnos en el intercambio de sentidos que se produce entre los participantes y en los discursos involucrados (Mata, M.C, 1985, Alderoqui S. y Pedersoli C., 2011), en la comunicación como encuentro sociocultural (Massoni S., 2007), y no en la mera difusión.
- **Comunicación digital interactiva.** Al tratarse de un museo de carácter virtual, existe en un entorno digital por naturaleza. El ideal (horizonte hacia el cual tender aún si no se alcanza) es la comunicación digital interactiva (Scolari, 2008). Aun sabiendo que prácticamente no hay museos en el mundo que la promuevan y pongan en práctica en toda su potencialidad, la interacción en el entorno digital (de usuarios y el contenido, de la interfaz y los usuarios, de usuarios entre sí; en definitiva, del museo y sus visitantes) debería constituirse en el marco para el diseño de una organización museística en su faz tecnológica y

en lo comunicacional. Además del énfasis en la interacción y en aspectos conversacionales que es necesario explorar, sería conveniente incluir la narrativa transmedia y, de contarse con los recursos necesarios, la realidad aumentada.

- **Acciones comunicacionales.** Algunas actividades propias del museo (como las exposiciones, las participaciones en eventos, etc.) deben ser consideradas también como acciones comunicacionales y situadas en la planificación estratégica de la comunicación. A la vez, pensar el antes, durante y después de esas acciones y en esos momentos utilizar herramientas de vinculación con los públicos en el marco de los objetivos planteados. Las acciones se producen *dentro* del museo virtual pero en algunos casos también *fuera*. Por una parte, porque es posible considerar que en ocasiones se trasladen exposiciones y otros eventos al ambiente físico/real. Por otra, porque toda organización necesariamente se vincula con contrapartes fuera del entorno digital. Por este motivo, deben complementarse las acciones y herramientas de comunicación digitales con otras tradicionales u off-line.
- **Planificación estratégica de la comunicación.** Buscando cumplir con los objetivos que dan razón a su existencia, una entidad museística requiere planificar de modo estratégico lo que propone para su faz comunicativa. Una dificultad que aún persiste es la confusión que algunos directivos y otros integrantes de los equipos suelen tener respecto a lo que significa la comunicación. En algunos casos sigue asociándosela con información y medios; y en otros, su alcance se limita a dar soluciones operativas puntuales. Por el contrario, una mirada cabal se orienta a comprender que quienes se ocupan de la comunicación atienden a procesos, a relaciones y a una gran complejidad, con importantes consecuencias para los museos. También, esa mirada propicia que las perspectivas disciplinares se integren o amalgamen.
- **Públicos/actores.** El visitante es el actor central con el cual se relaciona el museo, consideración que se ha afianzado en las últimas perspectivas museológicas, como es el caso de los enfoques centrados en los visitantes (Alderoqui S.

y Pedersoli C. 2011). En este sentido, la comunicación puede estar en clara sintonía, aportando su especificidad. Sin embargo, existen otros públicos o actores con los cuales se relaciona una organización museística, que en muchos casos no son contemplados comunicacionalmente. Es necesario trabajar de modo planificado, y preguntarse cómo y para qué se produce o se tiende a que se produzca esa vinculación.

- **Comunicación/Educación.** En la denominada sociedad del conocimiento y con la amplificación de los entornos digitales, mantienen renovada vigencia las alfabetizaciones múltiples y la educación no formal. Como señala Huergo (2001, s/p.), conviene “prestar atención al carácter comunicacional de los medios: cómo se articulan con prácticas y procesos culturales, que también resultan potencialmente educativos, y cómo funcionan como agencias de interpelación para los sujetos, frente a las cuales los sujetos se reconocen (o no) y ante las cuales se forman o se educan”. Otro aspecto relevante a indagar para la propuesta de un museo virtual es su relación con la cultura mediática/digital, teniendo en cuenta con Huergo (2010) la capacidad modeladora del conjunto de prácticas, saberes y representaciones sociales, así como los modos de percibir y de sentir que pueden habilitar las tecnologías.
- **Comunicación pública de la ciencia.** El hacer accesible y parte integrante de la cultura al patrimonio que representa la colección del museo es una función de la comunicación pública del conocimiento científico.

HUERGO, J. (2010). *Una guía de Comunicación/Educación, por las diagonales de la cultura y la política*. Educación: más allá del 2.0 / Aparici Marino R. (coord.), págs. 65-104. Gedisa.

MATA, M.C. (1985) *Curso de Especialización Educación para la comunicación. Módulo 2*. Buenos Aires: La Crujía.

MEDINA, M.R., SIMES, J.J. y otros (2017). *Un plan museológico para un museo virtual: MuVA-PROMU, UNC*. I Congreso Iberoamericano de Museos Universitarios. La Plata. Recuperado de: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/69581/Documento_completo.pdf-PDFA1b.pdf?sequence=1&isAllowed=y

SCOLARI (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. México: Gedisa.

SCOLARI, Carlos (2004). *Hacer clic: Hacia una sociosemiótica de las integraciones digitales*. Barcelona: Gedisa.

SOMOZA RODRÍGUEZ Miguel (2011). “Musealización del patrimonio educativo de los institutos históricos de Madrid. Propuestas para un museo virtual”. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*. Vol. 187 - 749 mayo-junio (2011) 573-582. Recuperado de: <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/1327>

DISFRUTE DE LA PUBLICIDAD EN LA NARRACIÓN AUDIOVISUAL DE LOS SPOTS PUBLICITARIOS. LA INSTALACIÓN DE PERSONAJES QUE TRASCIENDEN EN EL TIEMPO

Bibliografía

ALDEROQUI S., Pedersoli C. (2011). *La educación en los museos: de los objetos a los visitantes*. Buenos Aires: Paidós.

CICALESEG.(2015). “¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación?” Recuperado de: <https://www.redrrpp.com.ar/comunicacion-epistemologia/>

HUERGO, J. (2001). *Comunicación y Educación: aproximaciones*. En Huergo J. (ed) *Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas*. La Plata, Ed. de Periodismo y Comunicación, Ed. renovada. s/p. Recuperado de: <https://catedracomeduc.files.wordpress.com/2013/03/huergo-comunicacion-educacion-aproximaciones1.pdf>

Rojo, María Julia

USAL / julia_rojo@hotmail.com

Palabras claves: publicidad; personajes; *storytelling*; *insights*; audiencia; medios

Introducción

Los orígenes del relato narrativo, están en la tradición oral, entre lo mítico e histórico y acepta cierta aura de magia. Las historias y leyendas tienen un poder muy singular: reúnen a las personas, las inspiran y las transforman. Haciendo un racconto histórico, los

primitivos spots contaban con un locutor o una persona “famosa”, que apelaba a las virtudes de un producto para invitar a su consumo, tenían un sustento narrativo de carácter secuencial “necesidad-producto-resultado”, con relato sorprendente y a la vez exagerado. En la actualidad el mensaje publicitario puede ser apenas sugerido, dándoles a los personajes y la historia, más protagonismo. Las nuevas estrategias han derivado en una publicidad emocional, para conmover y divertir al espectador.

Se puede afirmar que sin personajes no hay historia, tanto las empresas, como las marcas lo han entendido y emplean las técnicas narrativas para lograr que el público les entienda mejor y se emocione con ellas. Esto genera expectativas en la audiencia para continuar con la historia, situación que viven y experimentan los personajes, igual que una serie, una novela o una saga de una película.

La publicidad, vehiculizada por los medios de comunicación, forma parte de la realidad cotidiana y es vital para la estructura socio-económico-cultural en que vivimos. Orlando Aprile señala nueve funciones de la publicidad moderna (Aprile, La publicidad puesta al día, 2012): Informa y aconseja, facilita la toma de decisiones, distingue y remarca la personalidad de las empresas y de las marcas, reduce y simplifica los costos de distribución al difundir los procesos de compras, estimula y facilita la competencia, toma en cuenta los anhelos de los compradores y usuarios, publicita y promueve los incentivos tanto materiales, como culturales, de la sociedad democrática, facilita los recursos necesarios para que los medios de comunicación preserven su independencia de los gobiernos, y por último, estimula la reflexión y la acción consiguiente respecto de los asuntos, problemas, y valores sociales, en las causas de bien público. Sobre la base de estas aseveraciones, el estudio de campo, se demostró que la publicidad contiene y asume una nueva función: entretener, generar en la audiencia disfrute y expectativa para mantener la atención. Como un resultado preliminar, de acuerdo a lo inferido de las actividades del relevamiento de campo podemos decir que el universo incorporado a la investigación, niños (12 años) y jóvenes adolescentes, encuentran disfrute y consumen los spot de los 2 casos elegidos por elección. Parte de esta afirmación se apoya en los nuevos hábitos de consumo de medios, de estas generaciones, a través de los dispositivos móviles como el teléfono celular, y tablet, además de los distintos tipos de computadoras, mediados por el internet. En tanto este mismo grupo, se detecta que no son habituales usuarios de la televisión.

Creación de los personajes

Los personajes son el factor dinámico de la historia, sean activos o pasivos, estos se caracterizan por hacer que pasen las cosas o dejar que les pasen. Acciones y personajes son los elementos del relato, dan forma a la trama de la historia y determinan la forma que tomará está en la narración.

La autora norteamericana Linda Seger, sostiene “es la influencia de los personajes lo que complica una historia. El personaje empapa la historia, le da dimensión y la mueve en nuevas direcciones: con su manera de ser, sus intenciones y su actitud, cambia el curso inicial que la historia llevaba. Es de los personajes de donde la historia recibe su fuerza” (Seger, 1987)

Los casos de estudio, invitan a conocer algo más de la “vida” de los personajes, a través de las redes sociales, Facebook, Twitter, canal de YouTube del personaje, como si fuera una persona real, lo que hace suponer nuevos hábitos de consumo de contenidos que hacen de contexto a estas publicidades.

Facebook oficial “Mamá Lucchetti” <https://www.facebook.com/MamaLucchetti>

Video tutorial de Claudia, como disimular las compras en el canal de YouTube de banco Galicia: <https://www.youtube.com/watch?v=W2vsMT-HocA&t=16s>



Para Irwin Blacker, “Un personaje es la representación de una persona, en la que se manifiestan ciertos rasgos de su personalidad seleccionados con un propósito dramático” (Blacker, 1993). Esto quiere decir que es necesario atribuirle ciertos rasgos para caracterizarlo. La elaboración de un personaje es un proceso, la caracterización es el resultado de esa construcción, teniendo en cuenta rasgos distintivos.

En el caso de mamá Lucchetti por tipificación es del tipo propiamente dicho, es un personaje que presta rasgos conocidos, es una madre, tiene niños a cargo, un esposo que es parte de la dinámica, que parte de sus tareas incluye lo que tiene que ver con el hogar, (es el espacio donde transcurren la mayoría de las historias), que suele tener poco tiempo para ella.

Asimismo Marcos y Claudia están contruidos en estereotipos como se dejó entrever, apoyados en la mujer compradora compulsiva y el hombre tacaño. Un modelo discutido y controversial para el contexto social actual, que se cuestiona la equidad en los roles femenino y masculino. Algo que la publicidad en general tiene como cuenta pendiente.

Han logrado una integración y posicionamiento de los personajes adoptados como brand character¹¹, ya que

11 Brand Character: valores o características más salientes de una marca. Colabora en algunos

son un bien preciado invaluable las marcas. Muchas empresas, han elegido personajes con un valor simbólico para publicitar sus productos o servicios. ¹²El objetivo es simpatizar con el destinatario para demostrarle las cualidades del producto o servicio en venta, aspirando a crear vínculos emocionales. Uno de los primeros antecedentes es de la marca Michelin, el muñeco es una pila de neumáticos, con una expresión muy agradable y simpática, en el año 1898.



Insights

Por una parte la metodología que utilizan para identificar los insights¹³, es tradicional, menciona Sebastián Stagno, creativo de Mamá Lucchetti. Una mamá “real” es aquella que no es perfecta, como venía presentándose, comete errores, tiene frustraciones y miedos, pero que siente un inmenso amor hacia su familia. La agencia fue la encargada en crear y desarrollar ese vínculo emocional en el cual las madres se sintieran identificadas con Lucchetti. Para los publicistas descubrir por qué el target que investiga piensa lo que piensa, se comporta como se comporta y siente lo que siente, es una verdadera revelación del consumidor. Es parte del trabajo de decodificar la mente de los consumidores, entrar en ellas y saber qué les mueve a realizar algunas acciones. La intuición, los hábitos, el entorno y las percepciones de cada ser humano son los que condicionan sus actos y el trabajo de los creativos es dar con la raíz de ellos.

casos a sintetizar el proceso de clasificación de Valores / Atributos / Rasgos de Personalidad de una marca.

Fuente: <http://lamarcaidentidadyestrategia.blogspot.com/2011/05/brand-character-y-personalidad-de-marca.html>

¹² <http://simbolizate.com/tag/brand-character/>

¹³ . Los insights son las verdades humanas que derivan de la forma de pensar, sentir o actuar de los consumidores y que generan oportunidades de nuevos productos, estrategias y comunicación accionable para las empresas o marcas. Cristina Quiñones. <http://www.consumer-truth.com.pe/>

Algunos los insights puesto en evidencia a través del abordaje cualitativo, de focus group con respecto a mamá Lucchetti, son que a pesar, de ser diferentes mamás físicamente, las une la familia y la comida. Reconocen que es graciosa, muy divertida, loca, inocente y mágica el segmento de niños.

Storytelling

El término storytelling¹⁴ hace referencia al arte de relatar una historia. Este término acuñado y empleado en el Marketing, se convierte en ese campo, en una técnica que permite conectar a los usuarios, a través de voz y de escritos con una historia en donde el usuario se identifica con un personaje y con la trama de la historia.

El objetivo del marketing ya no es simplemente convencer al consumidor que compre un producto, sino sumergirlo en un universo narrativo, un universo creíble. Producir un efecto de creencia. La forma de persuadir a las personas, y en última instancia de una forma mucho más poderosa, es unir una idea con una emoción. «La gente no compra productos, sino las historias que esos productos representan. Así como tampoco compra marcas, sino los mitos y arquetipos que esas marcas simbolizan» (Salmon, 2010)

Conclusiones

En la búsqueda de valor añadido, las empresas, quieren captar la atención del público, en un contexto cultural de saturación y circulación incesante de información. Uno de los modos con los que cuentan las marcas para evitar las distracciones y el rechazo de los consumidores es inmiscuirse en universos que generen placer en lugar de rechazo: el entretenimiento en general y la ficción audiovisual, en particular. Surge así la idea de unir el entretenimiento con la publicidad. Para Christian Salmon (Salmon, 2010) la mayoría de las historias no están dirigidas al intelecto, sino al niño que aun conservamos dentro. Se plantea el disfrute positivamente balanceado, en el sentido que se equipara placer con la obtención de experiencias emocionales positivas.

La función de la publicidad sigue siendo la misma, hacer llegar un mensaje a una audiencia, lo que ha sido modificado es el comportamiento de la audiencia, así como los medios para llegar a ella. La publicidad, en particular ésta que acude al recurso de la narración audiovisual, que cuenta historias breves, con personajes que se sostienen en el tiempo, producen el entretenimiento de la audiencia y permiten por este medio, provocar la retención de los productos y de la marca, sostenidos estos efectos en la empatía que los personajes logran con el público, tanto por las situaciones en que se ven envueltos como en las

¹⁴ El storytelling, consiste en trasladar los valores de la marca en una historia, de forma que sea natural e implícita. <http://vizion360.xyz/que-es-storytelling-y-como-te-puede-ayudar/>

personalidades que manifiestan en esos relatos.

Bibliografía

- Aprile, O. (2012). *La publicidad puesta al día*. Capital Federal: La Crujia.
- Blacker, I. (1993). *Guía del escritor de cine y televisión*. Pamplona: EUNSA.
- Salmon, C. (2010). *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Península.
- Sejer, L. (1987). *Como convertir un buen guion en un guion excelente*. Madrid: Rialp S.A.

DONAR ES CRECER: PROPUESTA DE CAMPAÑA SOBRE DONACIÓN DE SANGRE A NIÑOS Y ADOLESCENTES HEMOFÍLICOS

Cortez Vega, David Diego

LCS - FaCSO - UNSJ/ ddcortez14@gmail.com

Heredia Páez, María de los Ángeles

LCS - FaCSO - UNSJ / mariahp440@gmail.com

Palabras claves: comunicación organizacional; propuesta de campaña; piezas gráficas - públicos - hemofilia

Introducción

Durante el transcurso de la cátedra de Producción Gráfica Institucional, realizada en el año 2017 por alumnos de la orientación Institucional de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de San Juan, los estudiantes debían realizar una propuesta de campaña, sin la necesidad de aplicación, a partir de la Fundación Marina Echenique (FundAME). FundAME es una organización sin fines de lucro que ayuda terapéutica, económica y espiritualmente tanto a niños y adolescentes que padecen cáncer y hemofilia como también a su familia en la provincia de San Juan. En ese año, y en base a una entrevista hecha por el Diario Huarpe (2017) el 14 de abril de 2017, la presidenta de la organización María del Valle García Echenique expresó que el objetivo en

ese año era “concientizar sobre qué es la hemofilia y la importancia de su profilaxis”.

A partir de lo expuesto, los alumnos David Cortez Vega y María Heredia Páez eligieron desarrollar su trabajo final denominado “Hemofilia, donar es crecer”. El mismo consistía en realizar una propuesta de campaña en torno a la donación de sangre para los niños y adolescentes con hemofilia. Para su ejecución, se consideró la importancia de la solidaridad que cada persona brindarse para ayudar a chicos que padecen esta enfermedad.

Además, el proyecto consideraba la búsqueda por acrecentar el rol social y solidario de la fundación dentro de la comunidad sanjuanina. De este modo, aumentaría la imagen positiva de la institución gracias a lo recientemente mencionado.

Otro punto a destacar para los estudiantes era la labor de FundaME, considerando por los trabajos realizados en el cáncer infantil, práctica de la institución más reconocida por la sociedad sanjuanina.

Justificación de la elección del tercer eje temático: comunicación institucional, corporativa y publicitaria

El ámbito de intervención de los y las futuros/as Licenciados/as en Comunicación Social de la orientación Comunicación Institucional son las instituciones públicas o privadas, con o sin fines de lucro. FundaME, es una de ellas (institución sin fines de lucro). Para transformar la realidad de la institución los autores del presente trabajo tomaron la perspectiva comunicacional que propone Washington Uranga (2016, p.38):

Proponemos entender a los procesos comunicacionales como un aspecto íntimamente relacionado con la condición esencial del ser humano que vive en comunidad, que en tanto actor social genera redes y procesos organizacionales basados en intercambios conversacionales y que, mediante esa producción compartida de formas de ver y entender el mundo, va constituyendo y construyendo la cultura que lo contiene y que, al mismo tiempo, lo forja de manera característica...()...Entender la comunicación desde esta mirada significa situar al sujeto en el centro de la escena social, como artífice de las relaciones sociales que va tejiendo en su vida cotidiana. Supone además que cualquier intervención vinculada a lo comunicacional supera largamente una operación técnica o tecnológica. Demanda una mirada compleja sobre las relaciones, los significados y los sentidos producidos. (Uranga, 2016, p.38)

Nuestro rol como futuros comunicadores/as será el de mediadores entre los distintos saberes de los actores involucrados en las instituciones. La campaña “Donar es crecer” diseñada para FundaME es una manera de

plasmar nuestros conocimientos para llevar a cabo el objetivo de nuestro rol.

Marco teórico

Con respecto al marco teórico, Carlos Fernández de Collado (como se citó en Moreno-Oliva, 2012) hace alusión a la comunicación organizacional.

Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápido los objetivos. (Moreno-Oliva, 2012, p.2)

Además, para el proyecto se debió considerar a los públicos en los que la institución buscaba alcanzar. Paul Capriotti (2013, p.38) en su libro “Planificación estratégica de la imagen corporativa”, brinda una definición del término público. “Es el conjunto de personas con los que una organización tiene una relación o vínculo particular”.

El autor también resalta la importancia de las organizaciones de cambiar el concepto de público a “públicos”. Este cambio de concepto se realiza por las diferencias y diversos intereses, como por la manera de interpretar la información (Capriotti, 2013).

Para seleccionar y llegar a los públicos, se debe realizar una planificación de la comunicación. Capriotti tiene en cuenta los “Públicos comunicativos”, que son grupos que la organización desea comunicarse, transmitir su identidad corporativa y lograr los objetivos marcados (Capriotti, 2013).

En relación a lo expresado por el autor catalán, en el proyecto se buscó que el público elegido se convirtiese en un potencial donante de sangre para mejorar la calidad de vida de los chicos hemofílicos.

También, se debe considerar a las estrategias de gestión de la comunicación de la campaña aplicadas al concepto de José María Herranz de la Casa (2007), quien en su publicación “La gestión de la comunicación como elemento generador de transparencia en las organizaciones no lucrativas”, las acciones que debía realizar la institución eran:

- Ser reconocida.
- Dar a conocer sus actividades, proyectos y resultados.
- Motivar y cohesionar a todos los miembros de la organización.

- Fomentar la participación.
- Conseguir nuevos socios, donantes, voluntarios o colaboradores.
- Sensibilizar y denunciar realidades y situaciones, que apenas se conocen a través de los medios de comunicación, y que de otra manera pasarían desapercibidas.
- Informar y promocionar los productos, servicios o actividades que se organizan.
- Buscar recursos económicos para financiar los proyectos e iniciativas.
- Presionar para cambiar situaciones y políticas injustas.
- Educar y formar. (Herranz de la Casa, 2007, p.26)

Diagnóstico y diseño de la propuesta de campaña

Sin lugar a dudas, el rol comunicativo en el proyecto sería de suma preponderancia. Pero para ello, debía haber una necesaria mejora, donde es uno de los puntos flojos de la entidad por el hecho de no contar con un área ni con el personal para llevar a cabo esta tarea.

Por ello los alumnos durante el transcurso de la propuesta de campaña eligieron, en primera medida, a un público apuntado. En este caso, el plan estaba dirigido a personas de un rango de 18 a 65 años de edad. Se eligió comenzar con las personas de 18 años porque, a partir de la mayoría de edad, se puede donar sangre, y la elección sobre el límite es de 65 años porque es lo permitido.

Además, se debía cumplir con demás requisitos avalados por el Ministerio de Salud de la Nación, como el peso superior a 50 kilogramos, contar con una buena salud y no presentar ningún tipo de enfermedad de transmisión sexual o que conlleve un vínculo con drogas.

El constante uso de las diferentes plataformas comunicativas de la entidad, tales como el portal web y las redes sociales. Esto sería importante para una mejor interacción y difusión con los públicos externos (Seguidores de Facebook e Instagram, o aquellos que deseaban establecer un contacto con la institución). Pero, también había que añadir una participación en el lapso que se lleve a cabo el proyecto sobre los diferentes medios de comunicación en la provincia.

Para ello, donde los encargados del proyecto estarían presentes en medios televisivos, como por ejemplo los canales de aire 4, 5 y 8; y medios gráficos digitales e impresos como Diario de Cuyo, El Zonda, Huarpe, Tiempo de San Juan y Diario Móvil. También, los medios

radiales como Radio Sarmiento y Estación Claridad serían otro de los medios de comunicación a los que se acudiría para la realización de la campaña.

El apoyo de los medios de comunicación fue considerado uno de los puntos fuertes para la difusión de actividades sociales, y sobre todo, de las solidarias hacia niños y adolescentes con problemas de salud.

La presencia en lugares públicos sería otro de los puntos clave de la propuesta de campaña. A través de un stand coordinado por voluntarios de la institución, los elementos gráficos, realizados por los estudiantes, serían banners con el isologo de la campaña, el logo de FundaME y la foto de los pacientes hemofílicos. También, los trípticos y volantes servirían para la información sobre el concepto de hemofilia, el tratamiento de la enfermedad y los pasos para ser donante de sangre.

Los voluntarios de FundaME serían las personas que estarían a cargo del stand y de la presencia en los medios de comunicación. Ellos tendrían una remera blanca con el sublogo de la campaña, con el fin de mostrar la identificación de la campaña. Tales sujetos estarían a cargo de la explicación sobre los conceptos básicos de hemofilia y de la importancia de la donación de sangre para el bienestar del niño y adolescente enfermo.

Financieramente, se abonarán los gastos a través de las instituciones privadas y públicas que colaboran constantemente con FundaME, como también, con las colectas solidarias realizadas por la misma entidad.

Conclusión

A la hora de exponer la propuesta a los docentes encargados de la cátedra de Producción Gráfica Institucional y a la presidenta de la fundación, los alumnos tuvieron una gratificante devolución de ambas partes.

En el caso de la máxima autoridad de FundaME, propuso a los estudiantes ejecutar el proyecto y sumarse al equipo de la institución.

Bibliografía

Buscarán crear conciencia sobre la hemofilia con una emotiva actividad (14 de abril de 2017). Diario Huarpe. Recuperado en: <https://www.diariohuarpe.com/nota/2017-4-14-15-34-27-buscaran-crear-conciencia-sobre-la-hemofilia-con-una-emotiva-actividad>

Capriotti, P. (2013). Planificación estratégica de la imagen corporativa. Instituto de Investigación en Relaciones Públicas. Málaga, España. 4º Ed. Recuperado en: http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf

Herranz de la Casa, J. M. (2013). La gestión de la comunicación como elemento generador de transparencia

en las organizaciones no lucrativas. CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, n° 57, abril 2007, pp. 5-31. Recuperado en: http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/5701_Herranz.pdf

Moreno-Oliva, O. (2012). Gestión integral del sistema de comunicación en las organizaciones en el perfeccionamiento empresarial. Centro de Información y Gestión Tecnológica de Santiago de Cuba. Santiago de Cuba, Cuba. Ciencia en su PC, núm. 3, julio-septiembre, 2012, pp. 31-43. Recuperado en: <http://www.redalyc.org/pdf/1813/181324071003.pdf>

Uranga, W. (2016). La incidencia como camino para la construcción de ciudadanía. Una propuesta para trabajar desde la comunicación. Recorridos de trabajo para comunicadores, animadores y dirigentes sociales. Editora Patria Grande, Argentina (pp.38) Recuperado en: http://taoppcomunicacion.weebly.com/uploads/6/9/3/8/6938815/uranga_la_incidencia_33-54.pdf

DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL: VINCULACIÓN ENTRE EL CENTRO DE SALUD NO8 Y LOS BARRIOS DEL OESTE DE LA CIUDAD DE SAN LUIS

Avila, Sonia Ayelén
UNSL / Soniaayelen.avila@gmail.com

Gómez, Liliana Belén
UNSL / liliana.belen.gomez@gmail.com

Tula, María Pilar
UNSL / pilartulac@gmail.com

Palabras claves: salud pública; comunicación; comunidad; participación; construcción de sentidos

Desarrollo del problema

En el marco de la materia Taller de Elaboración de Proyectos de Comunicación nos propusimos elaborar un diagnóstico comunicacional en el Centro de Salud de la zona oeste de la ciudad de San Luis CAPS n° 8.

Consideramos realizar este diagnóstico en una institución de salud pública con el objetivo de fortalecer

el rol y la incidencia que tiene el comunicador y la comunicadora social en estos espacios. Ya que, según Bruno, Zapesochini, Huarte, Jait, Trufo y Aragües “el empoderamiento de los comunicadores en el ámbito de la salud pública, amplían su participación en el diseño e implementación de políticas públicas sanitarias, a fin de superar un papel meramente técnico y lograr su legitimación como un actor con incumbencias también políticas, en tanto articulador del diálogo social en el espacio público” (2013, p.51)

A partir de nuestro primer acercamiento con el centro de salud los profesionales de la institución nos mostraron gran interés en fortalecer el vínculo con la comunidad de los barrios que asistían al centro ya que, desde su perspectiva, identificaban como una problemática el hecho de que los y las vecinas no asistían a las actividades que el CAPS proponía. Además, nos señalaron que esta preocupación surgía de la perspectiva desde la cual el centro entiende a la salud, es decir, corriéndose de la mirada hegemónica de pensarla como una cuestión individual-sintomática y, por el contrario, entender al sujeto atravesado por factores sociales, históricos y experienciales.

Es por esto que el objetivo a problematizar en nuestro trabajo fue indagar acerca de la relación que se establece entre los y las vecinas de los barrios aledaños (1° de Mayo, 9 de Julio, V Centenario y La República) con el centro de salud CAPS, y de esta manera determinar si la comunidad conocía las actividades que allí se realizan para fortalecer el vínculo entre centro y comunidad.

Marco metodológico – técnicas de recolección de información

Para elaborar nuestro diagnóstico nos posicionamos desde la perspectiva de investigación cualitativa, esta apunta a estudiar los distintos modos a partir de los cuales es interpretado, comprendido y resignificado el mundo social. De esta manera, la perspectiva cualitativa permite trabajar desde la complejidad. Tanto los sujetos, como los múltiples grupos y los distintos contextos no se reducen a variables, sino que son considerados como un todo complejo (Tolchinski, 2002). en consonancia con esta perspectiva es que utilizamos técnicas de recolección de información en dos niveles, uno interno para conocer los sentidos y significaciones que circulaban en el centro de salud y sus integrantes; y un nivel externo para identificar los conocimientos que los y las vecinas tenían acerca de las actividades que se realizaban en el centro de salud y como era entendida la salud desde su perspectiva.

A nivel interno:

- *Observación participante en el centro de salud:* esta técnica nos permitió poder visualizar las relaciones entre los y las integrantes del CAPS con los vecinos y vecinas de los barrios. Para llevar a cabo esto nos focalizamos en ver el trato de las y los integrantes del centro para con las y los pacientes, la atención y la predisposición a llevar a cabo su trabajo, el trato entre los propios miembros del centro, la dinámica de las actividades que allí se realizaban y el desenvolvimiento de los vecinos y vecinas al interior de CAPS.

También identificamos cómo fue el manejo de la información a partir de la observación de las carteleras tanto al interior del centro como en el exterior de este.

- *Focus group a profesionales del centro y al personal de seguridad y de limpieza:* esta técnica fue utilizada para conocer cómo eran las dinámicas grupales, las lógicas de trabajo y los objetivos que poseían como organización.

- *Entrevista semi-estructurada a pasante de nutrición:* la relevancia de esta entrevista tuvo que ver con recuperar la visión de una integrante que se había incorporado recientemente al grupo y de esta forma contrastar la información brindada con la de los y las integrantes del centro que trabajaban allí desde hacía más tiempo.

- *Entrevista semi-estructurada a la persona encargada de la administración:* la elección de esta entrevista se debió al hecho de que esta persona es la que mantenía un contacto directo con los y las vecinas del barrio además de que era la encargada de administrar los turnos y la fuente principal de información acerca de las actividades y servicios brindados por el centro.

Al exterior:

- *Entrevista estructurada a vecinos y vecinas de los barrios que asisten al centro de salud:* se realizaron ocho entrevistas a integrantes de los barrios usuarios de los servicios del centro. Estas tuvieron como fin conocer las formas en que los vecinos y vecinas se apropiaban de las actividades del centro y las propuestas que tenían para aportar.

Resultados

A partir la recolección de información y el posterior análisis del material es que decidimos construir categorías de análisis, estas se refirieron a cuatro ejes en tensión: salud, actividades, capacidades existentes y comunicación.

En cuanto a lo referido a *salud*, los y las integrantes del CAPS definieron a esta desde un paradigma integral e

interdisciplinario. Es decir, con sus prácticas buscaban que los vecinos y vecinas de los diferentes barrios no solo asociaran a la salud desde la enfermedad y lo sintomático, sino que se tuvieran en cuenta otros aspectos como la prevención y promoción, es decir, entendiendo que la salud abarca también el aspecto socio-ambiental y las múltiples dimensiones del bienestar humano. En contraste, los y las vecinas vivenciaban la salud en relación a los sentidos hegemónicos de la misma, es decir, entendida desde el dualismo salud-enfermedad. Esto se vio materializado también en el hecho de que las únicas problemáticas que se podían identificar en materia de salud tenían que ver con la falta de profesionales y la escasez de turnos. En cuanto a la categoría *actividades* pudimos identificar que el CAPS proponía dinámicas y talleres que buscaban integrar a la comunidad y problematizar diferentes situaciones que atravesaban a esta. Sin embargo, las únicas participantes que acudían a estas actividades eran las madres que llevaban a control a sus hijos e hijas. Es debido a esto, que pudimos observar que no se producía una articulación centro-vecinos/as, y esto se vio reflejado en la poca convocatoria a las actividades y al desconocimiento de las mismas.

En relación a las *capacidades existentes*, reconocimos que la tensión que se producía en esta categoría refería a los inconvenientes en el funcionamiento y atención del centro. Esto se debía a una cuestión estructural, es decir, a la falta de presupuesto, a la escasez de profesionales, de medicamentos, a la falta de turnos y principalmente a que el centro brindaba un servicio a nivel de atención primaria. Estas capacidades se encontraban en contraposición a los requerimientos de los y las vecinas, ya que ellos y ellas visualizaban primero, los condicionantes macroestructurales que limitaban al centro; y segundo el tipo de atención que el centro podía brindar debido a que existía un desconocimiento de lo que a atención primaria refiere.

Finalmente, la categoría *comunicación* nos permitió realizar una articulación entre las diversas tensiones que pudimos identificar y analizar, debido a que todas las tensiones encontraban su punto de intrincación en el hecho de que CAPS proponía utilizar sus actividades y talleres como una estrategia de comunicación para lograr los objetivos que se proponen como organización y así vincularse con la comunidad. Sin embargo, no había una correspondencia de sentidos construidos entre comunidad y CAPS ya que este último no se concebía únicamente como un espacio de atención a la enfermedad sino como un lugar de prevención y promoción de la salud, de participación, de puesta en común de consensos y experiencias, como así también de disensos acerca de las problemáticas que afectaban a los barrios.

Es a partir de esto que identificamos dos nudos problemáticos que atravesaban a la institución. Un

nivel corresponde al ámbito informacional y otro al comunicacional:

En cuanto al nivel informacional:

- Los vecinos y las vecinas de los barrios no poseían conocimiento de las actividades que el CAPS brindaba generando la no apropiación de dichos espacios.
- El CAPS no lograba informar a los vecinos y las vecinas sobre cuáles son sus objetivos como institución. Así como tampoco definir qué es la Atención Primaria de la Salud y cuáles eran los servicios que se podían brindar.

En cuanto al nivel comunicacional:

Afirmamos que los inconvenientes de información eran la consecuencia de una dificultad comunicacional ya que esta, como afirma Washington Uranga “se construye una trama de sentidos que involucra a todos los actores, sujetos individuales y colectivos, en un proceso de construcción también colectivo que va generando clave de lectura comunes, sentidos que configuran modos de entender y de entenderse, modos interpretativos en el marco de una sociedad y de una cultura” (2007, p. 4).

En este sentido, la gran dificultad que pudimos identificar a partir de nuestro diagnóstico es la falta de correspondencia en la construcción de sentidos con respecto a lo que los y las integrantes del centro entendían al concepto salud y como era entendido por los y las vecinas de los barrios.

Bibliografía

- Uranga, W. 2007. “Mirar desde la comunicación: una manera de analizar las prácticas sociales”. <https://cctsunla.files.wordpress.com/2018/07/uranga-mirar-desde-la-comunicacion.pdf>
- Tolchinski Landsman, L; Rubio, M. y Escofet Roig, A. 2002. Tesis, tesinas y otras tesituras. De la pregunta de investigación a la defensa de la tesis. Edicions Universitat de Barcelona.
- Bruno ,D; Zapesochiny ,V; Huarte ,C; Jait ,A; Tufro ,L. y Aragues ,A. 2013. El desafío de hacer comunicación un componente estratégico de las políticas públicas en salud. Revista de Comunicación y Salud. Vol.3, nº 1, pp, 51-65. Editado por INICyS (Instituto Internacional de Comunicación y Salud).



EJE N°4



Comunicación y género

LA CONSTRUCCIÓN MEDIÁTICA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO

Batres, Lisi

FCS – UNCPBA / lisibatres60@gmail.com

Palabras claves: medios de comunicación; violencia de género; Ni una Menos; relevancia; encuadre mediático; definición del problema

Marco teórico y metodología: Definiciones conceptuales y operacionales

Esta investigación parte del supuesto de que los medios masivos de comunicación tienen la capacidad de seleccionar y destacar ciertos hechos y características y omitir otros. Este mecanismo para estructurar los conocimientos de la audiencia fue definida como la función de comunicación de masas que establece la *Agenda Setting* (McCombs, 1996, 2004). En el primer nivel de la teoría de *Agenda Setting*, McCombs y Shaw (1972) se propusieron estudiar la relevancia de los temas que formaban parte de la agenda mediática. Para operacionalizar el término relevancia, los autores incorporaron dos dimensiones de análisis: la frecuencia y la jerarquía. En esta investigación se considera que medir la frecuencia de publicación es pertinente a los objetivos propuestos. Este concepto se vincula con la visibilidad mediática que tiene un tema y la importancia de obtener este dato radica en el supuesto de que cuanto mayor es la cobertura de un tópico, más atención recibe por parte de la opinión pública (McCombs & Shaw, 1972; Igartua & Humanes, 2004; McCombs, 2006).

En esta investigación se construyó un universo de análisis conformado por todas aquellas notas periodísticas publicadas por el diario *El Popular* desde el 3 de mayo (un mes antes de la movilización) hasta el 4 de junio (un día después del suceso) de los años 2015 y 2018, donde se utiliza el término “violencia de género”. A partir de estos parámetros se obtuvieron 25 notas periodísticas publicadas en el año 2015 y sólo 8 notas que corresponden al año 2018. Este primer dato da cuenta de la alta frecuencia de aparición del tema en 2015, lo que destaca el rol histórico que tuvo la primera movilización denominada Ni una Menos y su impacto en la cobertura mediática. Al mismo tiempo deja ver la naturalización de la problemática que se produjo con el paso de los años, puesto que en 2018 las publicaciones se redujeron a menos de la mitad.

Para comprender cómo el medio define la violencia de género en el marco de Ni una Menos, se adoptan aportes pertenecientes a la teoría del *Framing*. Si bien se trata de un análisis integral y amplio, a efecto de los objetivos propuestos, esta investigación sólo se centra en una única fase del proceso. De manera concreta, busca detectar los encuadres predominantes en la información vinculada a la violencia de género. En este sentido se eligió la definición de encuadre propuesta por Entman por su carácter operacionalizable que permite la contrastación empírica. Se entiende que “encuadrar es seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y darles relevancia en un texto comunicativo de modo que se promueva una definición particular del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el ítem descrito (Entman, 1993, p. 52). Los encuadres o *frames* organizan los distintos sentidos existentes en relación a un tópico. Los encuadres mediáticos no sólo producen y reproducen ciertos significados, sino que también pueden limitarlos y condicionarlos (Aruguete, 2012). En cuanto a la *Definición del problema* se retoman los aportes de Nadia Koziner (2018), quien conformó esta dimensión a partir de cuatro variables: un tópico, un tema central, una fuente que se utiliza como principal proveedora de información y un actor protagonista. Para llevar adelante la operacionalización de los conceptos se realizó un libro de códigos en donde se establecieron las variables de cada categoría.

Análisis y resultados

El tópico refiere al hecho concreto que aparece como acontecimiento central en la noticia. En este punto se pudo observar que en 2015 el 48% de las notas presentaba como tópico la movilización Ni una Menos, mientras que los tópicos siguientes hacen referencia a acoso verbal callejero, abuso sexual y femicidios. La violencia de género se configuraba desde sus expresiones más violentas y desde el valor histórico que tuvo esa primera marcha. En 2018 la cobertura de la movilización en sí misma se redujo a un 37.5% pero aparecieron nuevos tópicos que problematizan la violencia de género de otra manera tales como la violencia obstétrica, el abuso sexual y la Educación Sexual Integral.

Un tema es “la acumulación de una serie de acontecimientos relacionados que se involucran en el tratamiento periodístico y que se agrupan unidos en una categoría más amplia” (Dader, 1992, p. 302). Por lo que un tema está constituido por una serie de tópicos y hace referencia a la idea que subyace en la noticia. Al codificar las notas se observó que en 2015 el tema central era el reclamo ante la violencia de género (64%). Esto no sólo se sostuvo sino que también creció a un 87.5% en 2018, reforzando la necesidad de exigir una respuesta frente a este tipo de problemáticas. Aun así es llamativo el bajo

porcentaje de publicaciones donde el tema central se vincula a políticas públicas o a la judicialización de casos por violencia de género. Si bien existe gran cobertura de los reclamos, no se profundiza en las acciones que el Estado (en sus distintas reparticiones) lleva adelante o no en relación a ello.

Las fuentes de información refieren a aquellos “actores que el periodista observa o entrevista y cuya característica central consiste en que suministran informaciones” (Herbert Gans, 2004, p. 80). En esta investigación, se considera pertinente clasificar cada fuente en oficial o no oficial. Una fuente es oficial cuando proviene de alguno de los Ministerios, Secretarías o cualquier otra repartición del Estado. Por el contrario, una fuente no es oficial cuando se trata de una persona que no tiene el cargo de funcionario público (Steele, 1997) o de una organización no estatal. Al codificar las notas desde esta variable se observó que tanto en 2015 como en 2018 la gran mayoría de las publicaciones cuenta con una sola fuente (72% y 75% respectivamente). La transformación más notoria se produjo en relación al tipo de fuente utilizada. En 2015 las voces oficiales ocupaban gran parte de las publicaciones como primera fuente (56%) y en 2018 el porcentaje se redujo notoriamente (25%). Este índice da cuenta de la aparición de otras voces. Se trata de integrantes de organizaciones civiles, participantes de reclamos y especialistas que aportan su mirada.

Resultados similares se observan en relación a los actores. El término actor refiere a aquellas “personas o entidades directamente involucradas en el acontecimiento o protagonistas de la acción relatada” (Koziner, 2018, p. 28). En 2015 las Secretarías y otras reparticiones estatales (32%) tenían protagonismo como actores en valores similares a los de las organizaciones civiles (28%). En 2018, en el 50% de las publicaciones el actor principal es una organización civil.

En ambas muestras se observa que el diario sólo emite una evaluación moral positiva en las notas que refieren a la movilización Ni una Menos en sí misma, como hecho episódico. No sucede lo mismo con aquellas notas donde el tópico central se vincula a políticas públicas, informes sobre violencia de género e información sobre espacios de denuncia. En estos casos el medio no emite una evaluación clara.

En función del agente causal de las notas en 2015 existía una participación similar de reparticiones estatales (25%), el poder legislativo (25%) y las organizaciones civiles (29.2%). En 2018, la mayor visibilidad de la sociedad civil como actor también tuvo un impacto en este punto y se destacan las acciones y declaraciones de las organizaciones civiles en un 62.5%.

En términos de recomendación de tratamiento, en 2015 el 84% de las publicaciones sugería que el Estado tenía la habilidad de resolver el problema. Este porcentaje aumentó a 100% en 2018, lo que visibiliza la necesidad de que el Estado genere herramientas que tengan como

objetivo combatir la violencia de género.

A modo de conclusión, si bien disminuyó la cobertura periodística de la violencia de género, se amplió la mirada sobre las formas de violencia. La sociedad civil cobró mayor visibilidad mediática como actor frente a la problemática y con ello se produjo la incorporación de nuevas fuentes. Por otra parte si bien se visibilizaron aún más los reclamos vinculados a la violencia de género, el diario sólo llevó a cabo evaluaciones morales positivas en relación a las formas de reclamo y no ante tópicos vinculados a las políticas públicas y los datos concretos sobre la situación actual.

Bibliografía

- Aruguete, N. (2012). *Teorías de la opinión pública y de construcción de agenda* (1º). Bernal: Universidad Virtual de Quilmes.
- Dader, J. L. (1992). La canalización o fijación de la — agendal por los medios. En A. Muñoz Alonso, J. I. Monzón, J. Rospir, & L. Dader, José (Eds.), *Opinión pública y comunicación política* (1º ed., pp. 294– 318). Madrid: EUDEMA.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Gans, H. J. (2004). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time* (2º). Evanston, Illinois: Northwestern University Press.
- Igartua, J. J., Humanes, M. L., Cheng, L., Muñoz, C., García, M., García, A. R.,... Canavilhas, J. (2004). *Imágenes de Latinoamérica en la prensa española. Una aproximación empírica desde la Teoría del Encuadre*. *Comunicación Y Sociedad*, 17(1), 47–75.
- Koziner N. (2018). *Encuadres noticiosos del conflicto judicial entre el Gobierno argentino y el Grupo Clarín por la adecuación a la Ley de medios audiovisuales*. En revista *Encuentros*, Universidad Autónoma del Caribe. Vol. 16- 02 de julio-dic.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of the Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176–187.
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imagen del mundo. En J. Bryant y D. Zillmann (comps.). *Los efectos de los medios de comunicación*. (pp. 13-34). Barcelona. España: Paidós.
- McCombs, M. (2004). *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Paidós.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento* (1º ed.). Barcelona: Paidós Ibérica.
- Steele, J. (1997). Don't Ask, Don't Tell, Don't Explain: Unofficial Sources and Television Coverage of the Dispute Gays in the Military. *Political Communication*,

14, 83–96.

Zunino, E (2016). La cobertura mediática del conflicto campo gobierno de 2008 en la prensa gráfica argentina. Un estudio comparativo de las agendas informativas sobre la Resolución N° 125/08 de los diarios Clarín, La Nación y Página/12. (Tesis de posgrado). Bernal, Argentina : Universidad Nacional de Quilmes.

PERCEPCIONES Y EXPERIENCIAS DE VIOLENCIA DE GÉNERO EN REDES SOCIALES VIRTUALES: EL CASO DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNNOBA

Tarullo, Raque

CITNoba – UNNOBA – UNSAdA / raqueltarullo@gmail.com

Frezzotti, Yanina

CONICET – CITNoba UNNOBA / frezzotti@hotmail.com

Masciulli, Clara

UNNOBA / clara.masciulli@hotmail.com

Palabras claves: violencia; género; estudiantes; redes virtuales; diagnóstico

Antecedentes

Los argentinos pasan, en promedio, más de ocho horas diarias en Internet y, de ese tiempo, casi la mitad es destinado a las redes sociales. Entre las más utilizadas se destaca Facebook, seguida por Twitter (We are social, 2017). Sin embargo, desde la aparición de Instagram, los más jóvenes prefieren este entorno para mirar y ser mirados (Tarullo y otros, 2018). Así, las redes sociales están propiciando nuevas formas de relación y socialización, de integración y exclusión social. Y en este proceso, se destaca el papel que tienen en la construcción de la identidad de género, ya que en estos entornos también se encuentran los estereotipos clásicos (Renau y otros, 2012). Como explica Zafra (2015): “(...) bajo la apariencia de Internet como un medio eminentemente democrático, se esconden las mismas estrategias de poder de una parte de la humanidad sobre la otra”, lo cual es una de las principales críticas que se hace de las redes

virtuales desde el feminismo (Laudano, 2016).

Violencia de género virtual

Las problemáticas de género han emergido como un problema global. De hecho, la igualdad de género figura en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas (a los que la Argentina adhiere), donde se insta a eliminar todas las formas de violencia contra mujeres y niñas. Asimismo, en 2009 se dictó en Argentina la Ley 26485 de Protección Integral con el fin de Prevenir, Sancionar y Erradicar todas las Formas de Violencia contra las Mujeres, incluidas la “violencia simbólica” y la “violencia mediática” (Ley 26485, 2009). Sin embargo, estas declaraciones no contemplan las agresiones efectuadas de manera virtual, aun cuando se ha encontrado que tres cuartos de las mujeres en línea se han visto afectada por alguna forma de violencia cibernética (Frydman, 2018). Además, la población juvenil configura el grupo poblacional más expuesto a sufrir ciberacoso (Burgess y Baker, 2008, Finn, 2004). Según diversos autores, las pantallas han cambiado la forma en que la juventud vive sus relaciones, haciéndolo de puertas abiertas y desnudando su intimidad, lo que hace a los usuarios altamente vulnerables a la violencia (Mejías y Rodríguez, 2014).

No obstante, una de las principales dificultades para el análisis e implementación de políticas informadas en la temática consiste en la escasez de datos (Frydman, 2018). El informe “Estado de la violencia online contra las mujeres en Argentina” denuncia: “La carencia de datos certeros, tratamiento de información, formalización de procedimientos y procesos, desconocimiento de la materia, negación de la cantidad de casos existentes, desestimación de las denuncias de víctimas y minimización de los casos de violencia de género virtual, sólo conduce a un Estado que no está reflejando cabalmente la problemática del uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación como medios para perpetrar impunemente, nuevas modalidades de la tradicional violencia de género” (ADC, 2017).

Objetivos y metodología

El objetivo general de este estudio fue examinar y describir las percepciones y experiencias de los estudiantes de la UNNOBA frente a la violencia de género en las redes sociales virtuales. Para esto, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Caracterizar el uso que hacen los estudiantes de las redes sociales.
- Especificar, entre estos diferentes usos, aquellos que los jóvenes exponen como modos de violencia de género en espacios virtuales.

Para llevar a cabo dichos objetivos, la presente investigación, de carácter descriptivo-exploratorio, llevó a cabo entrevistas a una muestra (N=150) de jóvenes de entre 18 y 24 años, estudiantes de la Universidad Nacional

de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA).

Resultados preliminares

Si bien se trata de una investigación en curso, los primeros resultados muestran que los jóvenes, al analizar las agresiones virtuales, perciben las acciones más directas y evidentes (como la violencia sexual) pero no las más sutiles, como la cosificación femenina o las conductas de control sobre la pareja a través de las redes. Sus respuestas ante las violencias de género son mayormente pasivas, aunque las mujeres superan a los varones en las respuestas activas.

Bibliografía

- ADC (2017). Informe: Estado de la violencia online contra las mujeres en Argentina. Asociación por los Derechos Civiles en colaboración con Fundación Activismo Feminista Digital. Recuperado de: <https://adcdigital.org.ar/>
- Burgess, A. W. y Baker T. (2008). *Stalking and Psychosexual Obsession: Psychological Perspectives for Prevention, Policing and Treatment*. Nueva York: Wiley.
- Donoso Vázquez, T.; Rubio Hurtado, M. J. y Vilà Baños, R. (2018). "La adolescencia ante la violencia de género 2.0: Concepciones, conductas y experiencias". *Educación XX1*, 21(1), 109-134, doi: 10.5944/educXX1.15972
- Espinar Ruíz, E. y Gonzalez Río, M. (2009). "Jóvenes en las redes sociales virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género". *Universidad de Alicante. Feminismo/s* 14, diciembre 2009, pp. 87-106.
- Finn, J. (2004). "A survey of online harassment at a university campus". *Journal of Interpersonal Violence*, 19, 468- 483.
- Frydman, S. (2018). "La Alianza Global de Medios y Género". En: *Argentina: medios de comunicación y género ¿Hemos cumplido con la plataforma de acción de Beijing?* Chaher, S. (comp). 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Comunicación para la Igualdad Ediciones, 2018.
- Laudano, C. (2016). "Feministas en 'la red'. Reflexiones en torno a las potencialidades y restricciones de la participación en el ciberespacio", en Rovetto, F. Y Fabbri, L. (comp). *Sin feminismo no hay democracia*. Género y Ciencias Sociales, Último Recurso. Rosario, 2016.
- Mejías, I. y Rodríguez, E. (2014). *Jóvenes y comunicación. La impronta de lo virtual*. Madrid. Centro Reina Sofía para Adolescentes y Juventud y Fundación de Ayuda a la Drogadicción (FAD).
- Renau, V; Carbonell, X. y Oberst, U. (2012). "Redes sociales on-line, género y construcción del self". *Aloma. Revista de Psicología, Ciències de l'Educació i de l'Esport*.
- Tarullo, R.; Martino, B.; Charne, J.; Bruno, A.; Pinedo, P.; Traverso, P.; Arostegui, M.; Tegaldo, B. (2018). Ponencia: "Los estudiantes universitarios con las redes en la universidad". I Congreso Multidisciplinario. Unnoba. Abril, 2018.
- Urresti, M. (Ed.) (2008). *Ciberculturas juveniles. Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de*

Internet. Editorial La Crujía, Buenos Aires.

- We are social (2017). Informe digital Digital in 2017 Global Overview. Disponible en: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>
- Zafra, R. (2008). "El mito Netiana". En *Feminismo/s*, 11, junio 2008, pp. 141-152

AGRESIÓN PERCIBIDA POR MUJERES EN REDES SOCIALES VIRTUALES: 2017- 2019

Tachella, Diego

UNC / diegotachella@gmail.com

Virdó, Enrique

UNC / enriquevirdokolbe@gmail.com

Palabras claves: femenino; género; imágenes; mensajes; ofensas; ideología

"Agresión percibida por mujeres en redes sociales virtuales: principales respuestas emocionales y conductuales: Relevamientos en terreno: 2017- 2019"

"Para las mujeres, Internet puede ser un lugar aterrador"- Rebecca Leber, 2014

Desarrollo del problema

Este trabajo de campo se propuso indagar la percepción que sostenían mujeres de la Ciudad de Córdoba acerca de si recibieron mensajes agresivos o insultantes en 2017 y en 2019, a través de redes sociales. También se indaga acerca de las reacciones emocionales y comportamientos que estos mensajes suscitan en sus receptoras. La finalidad del estudio fue constatar variaciones en los resultados en períodos temporales diferentes y en los reactivos específicos donde estos cambios se manifiestan.

Antecedentes e investigaciones similares

De acuerdo a Global Fund For Women (s.f.): "Las mujeres regularmente son sujetos de amenazas de violación,

acoso online, chantaje y demás. La imposibilidad de la mujer de sentirse a salvo on line es un impedimento para su libertad, así como para ejercer sus derechos humanos básicos. Así y todo, la violencia y el acoso on line se ha subvalorado en las discusiones sobre la violencia contra la mujer”.

Una investigación llevada a cabo en Australia reporta que “El acoso a mujeres on line corre el riesgo de convertirse en una norma en nuestra sociedad digital” (Hunt, 2016); ente los principales resultados dice que “Cerca del 50% de las 1000 mujeres encuestadas por la agencia de seguridad Norton dijeron haber experimentado alguna forma de acoso o abuso on line. El hostigamiento abarcaba desde contactos indeseados, hasta acoso sexual y amenazas de violación o muerte. El estudio indica también que las mujeres reciben el doble de amenazas vía web que los hombres en general

Otra fuente refiere a una campaña desarrollada por la Organización de las Naciones Unidas denominada “Take Back the Tech” en la que se detalla específicamente el tipo de agresión que se canaliza en las Redes sociales:

- 1) Acoso Sexual: mensajes abusivos o control excesivo a través de la geolocalización.
- 2) Violencia de pareja sexual: por ejemplo, amenazas de exposición de comunicaciones íntimas, o pornovenganza.
- 3) Violencia Socialmente Justificada: hacer circular bromas o chistes sexistas o iniciar un grupo en Facebook que promueve la violación.
- 4) Ataque Sexual: usar la tecnología para atraer a mujeres a situaciones que luego resultan en violaciones u otras formas de violencia física. (Perasso, 2015).

Vitak, Chadha, Steiner, & Ashktorab, realizaron un estudio sobre una muestra aleatoria de 4000 estudiantes universitarias mujeres en Estados Unidos, en el cual un 63,2% de las encuestadas responde que ha sido acosada en línea (Online harassment), y se encontró relación entre haber sido acosada y tener experiencias negativas en las redes sociales virtuales. (Vitak, Chadha, Steiner, & Ashktorab, 2017).

Metodología

El presente estudio es de tipo cuantitativo, con un diseño descriptivo. El instrumento empleado es un cuestionario de construcción ad hoc, en formato digital. La toma de las encuestas se realizó entre contactos de redes sociales y mensajería virtual, en los meses de septiembre y octubre de 2017, y en mayo y junio de 2019. El muestreo es autoelegido, por lo que la representatividad de los resultados es acotada, y sólo tienen un valor como indicador de una posible tendencia. Se encuestaron 300 mujeres de edades entre 19 y 81 años, de la Ciudad de Córdoba, con un promedio en la muestra de 39 años, que, en su mayoría, pertenecen a la clase media típica. En un %96

son usuarias de Facebook y en un %99 de WhatsApp como redes sociales. Un %99 emplea WhatsApp como el servicio de mensajería directa en sus celulares.

Resultados

Un porcentaje alto de mujeres de todas las edades ha recibido mensajes, sea por WhatsApp o Facebook que consideran insultante o agresivo. Sin embargo, tal como indican los gráficos, en 2017 y 2019 sólo son coincidentes en el reactivo “De vez en cuando”, habiendo disminuido notoriamente en la muestra 2019 en “Muy frecuentemente” y “Frecuentemente”.



El insulto o agresión provocan mayormente emociones intensas de “Fastidio/indignación” en ambas muestras. En menor medida “Enojo/Bronca”. Y cerca de un 10% “Tristeza/Angustia”, respuestas también coincidentes en 2017 y 2019.

QUÉ LE PRODUCE LA AGRESIÓN O INSULTO 2017



QUÉ LE PRODUCE LA AGRESIÓN O INSULTO 2019



En las encuestas de 2019 se incluyó un reactivo que indaga el motivo de agresión del posteo, la gran mayoría indica que por razones ideológicas. Se presupone que este término puede indicar opiniones divergentes políticas (posibles en un año electoral en el cual se exacerbaban las discusiones de este orden).

A QUÉ APUNTAN CON MAYOR FRECUENCIA LAS AGRESIONES



La reacción más común es ignorar la agresión y en un segundo lugar indicar que el mensaje/posteo es inadecuado. Este reactivo no ha sufrido variaciones en ambas muestras. El porcentaje que solicita ayuda ante esta agresión a terceros (administradores de red) sigue siendo muy bajo.

Preguntadas si alguien compartió imágenes explícitas o

íntimas tuyas, se mantienen los puntajes obtenidos en 2017, con menos de un 10% que refiere que le ha sucedido.

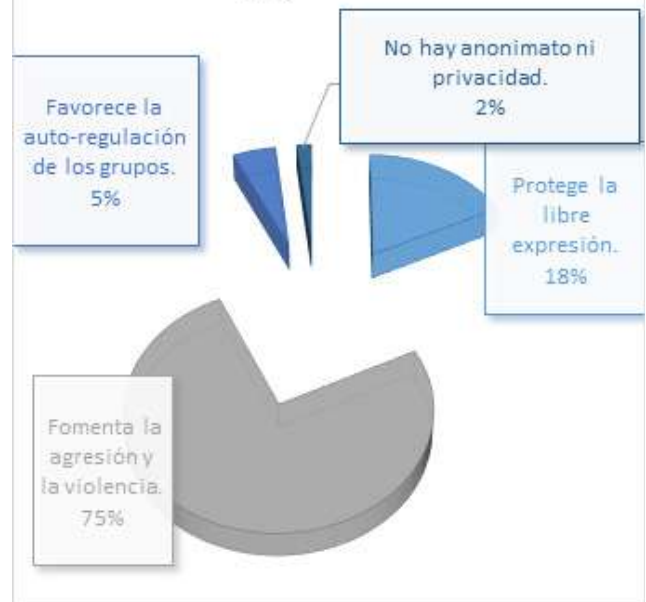
	Alguien compartió imágenes explícitas o íntimas tuyas sin tu consentimiento	
	2017	2019
Si	8%	5%
No	92%	95%

Consultadas si han recibido imágenes explícitas o íntimas no solicitadas, también se mantienen muy similares los porcentajes.

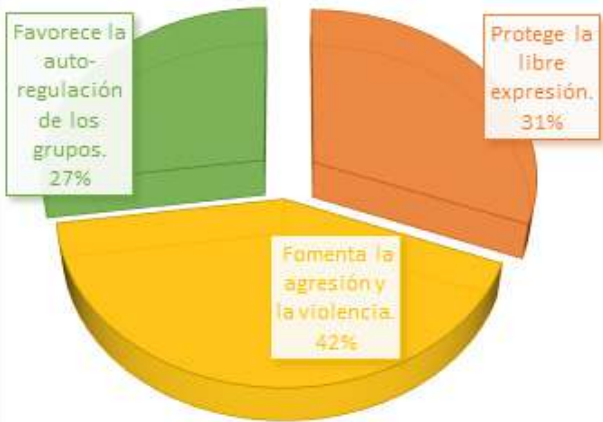
	Alguien te envió imágenes explícitas o íntimas que no pediste	
	2017	2019
Si	36%	33%
No	64%	67%

La gran mayoría admite que el anonimato en las redes sociales o mensajería promueve la agresión, ya que facilita la desinhibición, y total libertad para expresarse sin luego sufrir consecuencias. Esta respuesta permanece similar tanto en 2017 como en 2019.

ANONIMATO EN LAS REDES SOCIALES 2017

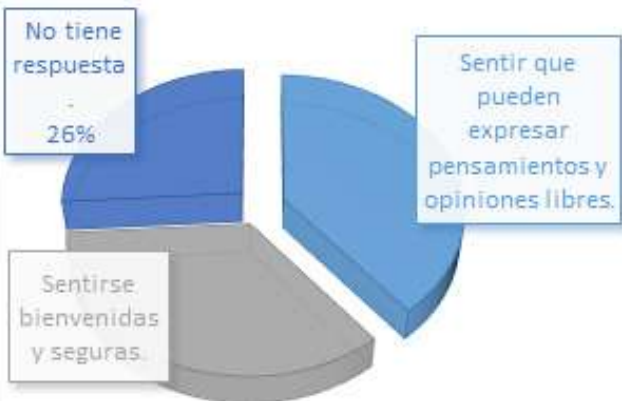


ANONIMATO EN LAS REDES SOCIALES 2019

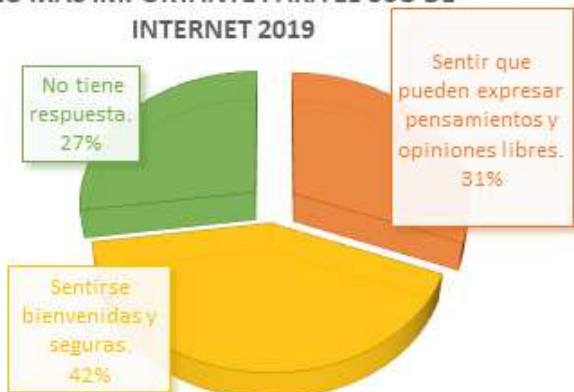


Hay un cambio en el reactivo referido a “sobre lo importante de internet”: aumenta el porcentaje que solicita en la web un espacio para “sentirse bienvenidas y seguras” antes que “sentir que se pueden expresar pensamientos y opiniones libres”.

LO MÁS IMPORTANTE PARA EL USO DE INTERNET 2017



LO MÁS IMPORTANTE PARA EL USO DE INTERNET 2019



Conclusiones generales

Este estudio en terreno que intenta descifrar los cambios en el maltrato que recibieron las mujeres vía redes sociales, después de transcurridos tres años, demuestra muy pocas variaciones entre ambos períodos. Los Movimientos de concientización de los Derechos de la Mujer, la exposición mediática de las injusticias de género que mostró cotidianamente la prensa y demás acciones de las fuerzas sociales no parecen ser aún suficientes. Todavía las mujeres siguen solicitando un internet donde sentirse bienvenidas y seguras.

Bibliografía

Aiken, M. (2016). *The Cyber effect. A pioneering cyberpsychologist explains how human behavior changes online*. New York: Spigel & Grau.

Association for Progressive Communications. (2015). *Technology-related violence against women, A briefing paper*. Recuperado el 2 de marzo de 2018, de https://www.apc.org/sites/default/files/HRC%2029%20VAW%20a%20briefing%20paper_FINAL_June%202015.pdf

Barrera, L. (2017). *La violencia en línea contra las mujeres en México*. Informe para la Relatora sobre Violencia contra las Mujeres Ms. Dubravka Šimonović. Mexico.

Byung-Chul, H. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.

Duggan, M. (2017). *Online Harassment 2017*. Pew Research Center.

Global Fund For Women. (s.f.). Global Fund For Women. Champions for Equality. Obtenido de <https://www.globalfundforwomen.org/online-violence-just-because-its-virtual-doesnt-make-it-any-less-real/#.WqKEJWpuZ1t>

Hunt, E. (7 de marzo de 2016). Online harassment of women at risk of becoming ‘established norm’, study finds. *The Guardian. International Edition*. Recuperado el 11 de noviembre de 2017, de <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/mar/08/online-harassment-of-women-at-risk-of-becoming-established-norm-study>

Instituto de Estadísticas del Defensor del Pueblo. (2016). Informe usos de internet y redes sociales. Córdoba.

Instituto de Genero y Promoción de la Igualdad. (2016). Percepciones de los varones sobre el acoso callejero hacia las mujeres. Defensoría del Pueblo de la Provincia de Córdoba, Córdoba.

Instituto de Genero y Promoción de la Igualdad. (2017). Algunas consideraciones sobre el acoso hacia las mujeres en el transporte público urbano. Defensoría del Pueblo de la Provincia de Córdoba, Córdoba.

Perasso, V. (23 de noviembre de 2015). 100 Women 2015: Social media ‘fuels gender violence’. *BBC News*. Recuperado el 5 de diciembre de 2017, de <http://www.bbc.com/news/world-34911605>

Rebeca, L. (24 de octubre de 2014). For women,

the Internet can be a scary place. *The New Republic*. Recuperado el 5 de enero de 2017, de <https://newrepublic.com/article/119973/pew-survey-women-harassed-more-social-media>
Seto, M. (2013). *Internet sex offenders*. Wahsington: American Psychological Association.

mensajes implica reconocerlos en su doble rol: como una fuente importante de financiamiento económico para los medios de comunicación y, con Cardus (citado por Pellicer, 2013), como “instrumento para la divulgación de los valores sociales”

APROXIMACIONES AL ESTADO DE LA CUESTIÓN SOBRE ROLES FAMILIARES Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN LA PUBLICIDAD. APORTES PARA EL ANÁLISIS DEL CUIDADO DE NIÑAS Y NIÑOS EN LA PUBLICIDAD

Vallejos, Mariángeles

CEREN- Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires / mariangelesvallejos@gmail.com

Palabras claves: exploración, cuidado, niñez, publicidad, género

1. Introducción

En el presente trabajo¹⁵ se realiza un primer recorrido por los antecedentes vinculados a roles familiares y estereotipos de género en el cuidado de niñas y niños en la publicidad

Se reconoce que el objetivo primordial de la publicidad consiste en dotar a las marcas de una significación específica, evaluable en relación directa con la naturaleza de su público objetivo, que las haga distinguirse en términos favorables de la competencia y les proporcione como resultado unas determinadas expectativas de consumo (Caro, 2014).

La publicidad, tal como expuso Naomi Klein (2001), es sólo un aspecto del plan mayor de la marca. Según Klein, la marca es el significado esencial de la gran empresa moderna, y la publicidad un vehículo que transmite al mundo ese significado. La importancia de indagar en estos

¹⁵ Enmarcado en una beca doctoral de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires.

2. Aproximaciones al estado de la cuestión

Para realizar este abordaje, se realizó una sistematización de trabajos y se los organizó con un criterio temático. La intención en este punto es exponer dichos criterios y los aportes que cada estudio hace al análisis del cuidado en la publicidad televisiva, con una indagación particular los abordajes que indagan con perspectiva de género.

En este caso, se entenderá al cuidado como una dimensión central del bienestar y del desarrollo humano (Esquivel et al. 2012). Pensar en cuidado implica reconocer actividades y relaciones orientadas a alcanzar los requerimientos físicos y emocionales de niños/as y adultos/as, así como los marcos normativos, económicos y sociales dentro de los cuales éstas son asignadas y llevadas a cabo (Daly & Lewis, 2000).

Se tomará, en el marco de este trabajo, al cuidado en su versión ampliada a partir de la organización social del cuidado, la cual posibilita pensar más allá de la dimensión familiar. La organización social del cuidado es la configuración que se desarrolla mediante las instituciones que regulan y proveen servicios de cuidado de niños/as, así como de sus resultados en el modo en que los sujetos pertenecientes a diversas clases sociales y género se benefician del mismo (Esquivel et al. 2012). Este tipo de organización incluye a las familias, al Estado, el mercado y las organizaciones de la sociedad civil, todos entendidos como dadores de cuidado.

2.1. Análisis de la publicidad sobre roles familiares en el cuidado de niñas y niños

En este grupo se reconocen estudios que analizan particularmente los roles familiares en distintas publicidades. Según Esquivel, et al. (2012), la familia es la institución social central a cargo del cuidado, entre otros motivos, porque existe un imperativo cultural, que sostiene que los vínculos familiares dan como resultado relaciones de cuidado de calidad, basadas en relaciones afectivas y fuerte sentido de la responsabilidad. A partir de dicha premisa, se vuelve importante pensar a las familias en función del cuidado.

En este primer eje se reconoce el trabajo de Leroux (s/f) quien evalúa los tipos de familia en publicidades televisivas de alimentos, la presencia de estereotipos y de elementos del discurso marcarío vinculados a las relaciones familiares. En este caso, el aporte al trabajo es

la categorización que utiliza: tipos de familias, de madres y padres representados, los roles que éstos cumplen, vínculos parentales, discursos de las marcas.

Como continuación del recorrido, se toman estudios que, como dato significativo, seleccionaron fechas comerciales como el día del padre y el día de la madre para analizar la paternidad y la maternidad, respectivamente (Sosenski, 2014; Valladares Mendoza, 2005). La publicidad en esas fechas se intensifica con productos y/o reflexiones sobre dichos roles, por lo que se reconoce como un momento propicio para estas indagaciones. En ambos casos, se hace énfasis tanto en las continuidades como en las rupturas con algunos sentidos comunes que reconocen a la familia sólo desde la idea de “familia tipo” con mamá cuidadora, papá proveedor, hijo e hija.

De los trabajos aquí consignados se tomarán dos aspectos, en primer lugar, los roles familiares en el cuidado como objeto de indagación en las publicidades, con atención en las acciones que encarnan los personajes y los slogans que hablan de cuidado familiar. Por otra parte, se destaca como criterio para la selección muestral, las fechas comerciales del Día del Padre y Día de la Madre, ya que resulta estratégico realizar indagaciones de este tipo, justamente, con cercanía a esas fechas.

2.2. Análisis de la publicidad sobre estereotipos de género

En este grupo se reconocen trabajos que apuntan a mostrar una persistencia de los estereotipos de género en la publicidad. Es importante este eje puesto que, según Esquivel et al. (2012) la manera en que una sociedad encara la provisión de cuidados a la infancia tiene implicaciones significativas para el logro de la igualdad de género. La distribución de las tareas de cuidado puede permitir ampliar las capacidades y opciones de hombres y mujeres, o bien, confinar a las mujeres a los roles tradicionales asociados con la feminidad y la maternidad.

En primer lugar, se recupera el trabajo pionero de Ervin Goffman (1979), quien analiza el papel diferenciado de varones y mujeres en fotografías publicitarias. El autor reconoce que la publicidad crea una hiperritualización ya que refuerza ciertos imaginarios sociales, sobre todo en el plano sexual, por medio de situaciones estereotipadas.

Por otra parte, se recuperan trabajos sobre la representación de la mujer (Camusso, 2014, 2017, 2019; Díaz Soloaga & Muñiz Muriel, 2007; Molina, 2009; Pessi, 2009). Aquí se reconoce un trato más bien estereotipado, donde se liga a la mujer a lo doméstico y a la preocupación por la belleza. Estos estudios tienen en común el reclamo por mayor diversidad en la representación publicitaria, tanto de las mujeres como de las tareas que llevan adelante.

Lo mismo ocurre en el caso de los trabajos de Martínez Pastor, et al. (2013) y de Melo y Astorino(2016) cuyo abordaje no se centra en la mujer sino en los/as niños/as como público objetivo y personajes de las publicidades de juguetes. Se muestra que hay paridad en la representación, aparecen en los comerciales en igual proporción niñas y niños, pero las diferencias se ven en la tipología de los juguetes ofertados. Para las niñas apuntan a lo doméstico, al cuidado y la belleza, mientras que para los niños apuntan a la fuerza y el ingenio.

Al mismo tiempo, se retoma el trabajo de Ferreiro Habra (2018) quien analiza masculinidades en el discurso publicitario y reconoce un trato estereotipado hacia los varones donde son preponderantes, como modelos ideales, varones blancos, jóvenes, heterosexuales, urbanos, de clase media o alta, profesionales y deportistas, ubicándolos por sobre otras formas de la vida de los varones.

A su vez, se toma al trabajo de Rosa y Conde (2006) donde se analizan, sobre un corpus de publicidades, tanto a hombres como a mujeres. En este caso, se trata de registrar la cantidad y el tipo de presencia de éstos/as en las publicidades.

En resumen, se reconoce que la contribución de este grupo tiene que ver con el análisis de las escenas para identificar representaciones estereotipadas tanto en las acciones que realizan las mujeres, como en sus reflexiones y preocupaciones.

Por otra parte, el aporte de este grupo es la estrategia para analizar a los/as niños/as en los comerciales y reconocer un trato estereotipado en las acciones que éstos llevan a cabo y los gustos e intereses que demuestran en este marco. Lo mismo ocurre con los varones que aparecen de una misma forma, asociados al poder, a lo público, a la “conquista” de la mujer.

3. Conclusión

Por medio de este recorrido se reconoce que los estudios recuperados colaboran en la investigación sobre el cuidado de niñas y niños en la publicidad. En ellos se abordan las representaciones familiares y los estereotipos de género sobre mujeres, varones y niños. Se plantea el interrogante, en este caso, sobre qué escenificaciones faltan en este punto para que la publicidad no favorezca la reproducción de estereotipos de género.

Gracias al abordaje realizado se pudo ver la importancia de continuar con la exploración en este tipo de estudios para abordar el cuidado de niñas y niños en la publicidad desde la complejidad de la organización social del cuidado, con el foco en la presencia de diferentes entes dadores de cuidado y la manera en que la industria publicitaria los representa

En este análisis se observó al cuidado sólo afectado al ámbito familiar y no a otros, lo cual genera la necesidad de reconocer, también, el papel que el Estado, el mercado y las organizaciones de la sociedad civil cumplen respecto al cuidado y las maneras de relatarlo por medio de la publicidad.

Bibliografía

- Aprile, O. (2008). La publicidad audiovisual. Del blanco y negro a la Web. Buenos Aires: La Crujía.
- Camusso, M. (2014). Observatorio sobre Sexismo en Publicidad. La Plata: UNLP: Experiencias en Comunicación y Género (58-71).
- (2017). Trabajo doméstico y Buen Vivir : un desafío para las narrativas publicitarias, 2017, 161–180.
- (2019). Cocinar y comer : continuidades y rupturas en las representaciones sexogenéricas en publicidades de alimentos. *RIVAR*, 6(0719–4994), 6–30.
- Caro, A. (2014). Comprender la publicidad para transformar la sociedad. *Cuadernos Info*, 34, 39–46. <https://doi.org/10.7764/cdi.34.584>
- Daly, M., & Lewis, J. (2000). The concept of social care and the analysis of contemporary welfare states. *The British Journal of Sociology*, 51(2), 281–298. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2000.00281.x>
- Díaz Soloaga, P., & Muñoz Muriel, C. (2007). Valores y estereotipos femeninos creados en la publicidad gráfica de las marcas de moda de lujo en España. (Spanish). *Feminine Values and Stereotypes Created in the Graphic Advertising of Luxury Fashion Brands in Spain*. (English), 12, 75–94. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=29378971&lang=es&site=ehost-live>
- Esquivel, V., Faur, E., & Jelin, E. (2012). Las lógicas del cuidado infantil. Entre las familias, el Estado y el mercado. En *Las lógicas del cuidado infantil. Entre las familias, el Estado y el mercado*.
- Ferreiro Habra, A. C. (2018). Masculinidades en el discurso publicitario. *Question*, 1(58), 053. <https://doi.org/10.24215/16696581e053>
- Goffman, E. (1979). *Gender advertisements*. Macmillan International Higher Education.
- Melo, A. N., & Astorino, J. (2016). Estereotipos de género en publicidades de productos orientados al público infantil en Argentina. *Ánfora*, 23(0121–6538), 17–50.
- Pellicer, M. T. (2013). Cómo Crea La Publicidad Su Universo Simbólico. *Questión*, 1(1669–6581), 379–395. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/32844>
- Rosa, M., & Conde, B. (2006). La mujer y el hombre en

- la publicidad televisiva : imágenes y estereotipos. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación= Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 11, 161–175.
- Klein, N. (2001). *No logo, el poder de las marcas. No Logo*. https://doi.org/10.9774/GLEAF.978-1-907643-44-6_31
- Leroux, A. (s/f). Modelos familiares y roles paternos – maternos presentes en publicidades audiovisuales Argentinas de alimentos. 1–111.
- Martínez Pastor, E., Nicolás Ojeda, M. À., & Salas Martínez, À. (2013). La representación de género en las campañas de publicidad de juguetes en Navidades (2009-12). *Comunicar*, 21(41), 187–194. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-18>
- Molina, C. P. (2009). La representación discursiva de las subjetividades de género en los medios publicitarios. *Question*, 1(1). Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/33132>
- Pessi, M. S. (2009). Comunicación y tabú. Análisis de la publicidad de productos para la higiene femenina. *Question*, 1(21).
- Sosenski, S. (2014). La comercialización de la paternidad en la publicidad gráfica mexicana (1930-1960) 11Agradezco los comentarios y las sugerencias de Fausta Gantús a una primera versión de este texto, presentado como ponencia en el VI Coloquio Internacional “Historia de Gén. *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*, 48, 69–111. [https://doi.org/10.1016/S0185-2620\(14\)71428-8](https://doi.org/10.1016/S0185-2620(14)71428-8)
- Valladares Mendoza, B. (2005). La maternidad y los medios masivos de comunicación. Un análisis de artículos periodísticos y de propaganda comercial en Costa Rica. *Diálogos Revista Electrónica*, 5, 179–197.

NIÑAS MADRES” EN LA REDES: IMAGINARIOS MEDIÁTICOS SOBRE CUERPOS, DERECHOS Y DESTINOS

Massa, Jimena María

FCC - UNC / jjimenamassa@gmail.com

Palabras claves: maternidad; discursos; redes sociales; género; aborto

Este trabajo presenta los lineamientos de una investigación en curso cuyo objeto son los imaginarios mediáticos en relación a la maternidad y, más específicamente, acerca de las llamadas “niñas madres”. Es decir, niñas embarazadas

como consecuencia de situaciones de abuso sexual y cuyo derecho a interrumpir legalmente el embarazo ha sido puesto en cuestión en nombre de la necesidad de salvar “la vida” en gestación.

Las ideas que aquí se presentan forman parte de una investigación más amplia sobre los imaginarios mediáticos que circulan en torno a la maternidad en el contexto del debate público por la legalización del aborto en Argentina. El objetivo general del trabajo es ofrecer un mapeo de los argumentos que alimentan el ciberactivismo que caracteriza a aquel debate, haciendo foco en el análisis de las nociones de maternidad, gestación y parto que se ponen en juego durante la discusión. Al mismo tiempo, se pretende describir las modalidades de participación (Jenkins, 2008) en las redes sociales por parte de quienes intervienen en la discusión.

Situada en la intersección del campo de los estudios de comunicación y de los estudios de género y sexualidad, la investigación combina las herramientas del análisis del discurso (Verón, 1980; 1987; 1997; 2004; 2011 y 2013) y de la ciberetnografía (Hine, 2004), más aportes teóricos de la antropología feminista (Strathern, 1991; 1992; 1995; 2005 y Fonseca, 2003; 2011), que iluminan la reflexión en torno de la maternidad, el género y el parentesco.

Las representaciones mediáticas¹⁶ (Woodward, 2000) constituyen categorías importantes para observar las relaciones de poder y los elementos de dominación y resistencia, esenciales para comprender las desigualdades de género¹⁷ (Scott, 1990) y, en este caso en particular, la persistente violación de los derechos sexuales y reproductivos de niñas y adolescentes. En ese marco, el análisis específico de las representaciones sobre la

16 Entendemos las “representaciones” como sistemas simbólicos a través de los cuales los significados de las experiencias son construidos (Woodward, 2000). En ese sentido, los discursos mediáticos aparecen como un conjunto de representaciones que no apenas describen sino que también construyen los fenómenos que relatan (Bourdieu, 1997). Esa noción, a su vez, está en sintonía con otra más amplia - y no reducida a los medios - que es el concepto de discurso de Foucault (1995), entendido como el conjunto de saberes y prácticas “que forman sistemáticamente los objetos de los que hablan”; o sea, discursos que no están describiendo un real predado sino que están implicados con la producción de ese real y de sus sujetos. La noción de representación social, considerada fecunda por varios antropólogos que trabajan con medios de comunicación, también permite pensar en los medios como espacio de construcción de imaginarios (Appadurai, 1991).

17 Usamos el concepto de género de Joan Scott (1990), y principalmente su referencia a éste como un campo en que el poder es articulado, pensando las relaciones de género como una de las formas de circulación de poder en la sociedad, y asumiendo que tales relaciones son dinámicas y no resultado de una dominación estática y polarizada.

maternidad permite comprender cómo se construyen los argumentos que legitiman, cuestionan y resisten la vigencia de tales derechos.

El análisis de los discursos mediáticos desde una perspectiva de género implica poner en tensión las nociones de “mujer” y “madre”, y también pensar las relaciones parentales como productos ideológicos históricamente producidos, mirando las estructuras subyacentes de género, generación, sexualidad, raza y clase, que subrayan divisiones sociales. La perspectiva de género permite analizar las relaciones según estructuras de jerarquía y desigualdad.

Cabe recordar, en ese sentido, que las nociones de maternidad son configuradas por las condiciones biológicas de la reproducción sexuada - y por las circunstancias sociales, económicas y políticas de tal reproducción - pero también son producto de operaciones simbólicas pautadas, entre otras, en relaciones de género desiguales (Taubert, 2007; Scavone, 2001).

En ese sentido, este trabajo retoma las líneas de pensamiento que impugnan las nociones de maternidad asociadas únicamente a procesos naturales (embarazo, parto, lactancia, etc) y entiende las maternidades como productos de relaciones sociales, culturales, históricas y dinámicas. Desde esa perspectiva, se describen los imaginarios mediáticos en virtud de su aporte al debate sobre los derechos sexuales y reproductivos de las niñas en particular y de las personas gestantes en general.

Cabe señalar, además, que la horizontalidad y la interactividad de las redes resultan claves para que múltiples protagonistas desborden los canales de las mediaciones convencionales, convirtiendo la ecología de los medios (Scolari, 2015) en un escenario privilegiado de disputas de sentido en torno de temas como el aborto, la maternidad, la infancia y los derechos sexuales y reproductivos.

Un hashtag como síntesis

Alimentados por debates de tono religioso o filosófico en relación a lo que se considera “vida humana”, en los medios y en las redes circulan una serie de imaginarios referidos a la trascendencia de “ser madre”, a la inevitabilidad del “instinto materno” y al destino “natural” de las mujeres. En un sentido opuesto, se registran argumentos sobre la maternidad como “elección” y la libertad sobre el uso del propio cuerpo.

Un texto paradigmático en el debate acerca de la obligatoriedad de la maternidad es el editorial publicado por La Nación en febrero de 2019, bajo el título “Niñas madres con mayúsculas”, en el que se argumenta a favor de la maternidad de niñas y adolescentes que fueron violadas al tiempo que cuestiona el ejercicio del derecho al aborto legal. “Admiración hacia las niñas madres, madrazas por cierto. Tristeza para las ‘abuelas abortistas’ que felizmente no lograron su criminal propósito”, dice el texto, calificando de “criminales” a aquellas “abuelas” (madres de las niñas víctimas) que reivindicaron el

derecho de sus hijas a acceder a la interrupción legal del embarazo por causal de violación.

La fuerte reacción de repudio de diversos colectivos y organizaciones de la sociedad civil - e incluso de parte de lxs trabajadorxs del propio diario - se trasladó a las redes sociales, donde se profundizó el debate sobre el embarazo infantil y los derechos humanos de las niñas que sufrieron abusos. Esa discusión se expresó en el uso masivo del hashtag #NiñasNoMadres.

Además de la editorial mencionada, el corpus analizado incluye las notas periodísticas y los posteos en redes publicados en enero de 2019 en relación a los casos de dos niñas, de 11 y 12 años respectivamente, que quedaron embarazadas como consecuencia de violaciones y que se vieron privadas de su derecho a interrumpir legalmente el embarazo.

En paralelo a la divulgación de detalles que vulneraron al derecho a la intimidad de las niñas, en los medios y redes se registró un debate que tuvo como telón de fondo la discusión sobre el significado de la maternidad y el derecho a decidir sobre el propio cuerpo, no solo en relación al aborto sino, antes y fundamentalmente, sobre cuándo y con quién tener relaciones sexuales.

Según estadísticas oficiales, en Argentina se registra cada tres horas un parto de una niña menor de 15 años. Y la Convención sobre la Eliminación de toda forma de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) manifestó al Estado argentino su preocupación ante el alto número de niñas que abandonan la escuela debido a embarazos precoces. Sin embargo, el drama de los abusos a niñas y adolescentes y los embarazos no deseados trasciende al país. En mayo de este mismo año, los casos de cuatro niñas - una de Guatemala, una de Ecuador y dos de Nicaragua - que fueron “madres” como consecuencia de la violencia sexual fueron denunciados en el Comité de Derechos Humanos de Naciones Unidas.

Un destino “natural”

El análisis del discurso que circula en diarios y en redes sociales (en particular, en Facebook y Twitter) permite identificar varios tópicos que se reiteran, a través de diversas formas textuales y retóricas, y que funcionan como lógicas organizadoras del discurso, marcando el *ethos* mediático en torno de la maternidad.

Entre los tópicos que atraviesan la cobertura sobre las “niñas madres”, se destaca la consideración de la violación como una “tragedia” que afecta la vida de las niñas, pero sin cuestionar explícitamente la lógica patriarcal que sustenta a la violencia sexual; la caracterización de las niñas como víctimas, pero no necesariamente como portadoras plenas de derechos; y la representación de la maternidad como “natural” de las mujeres, siendo el ejercicio de la función materna un destino inevitable.

Ancladas en premisas biologicistas, las ideas de maternidad que circulan en los medios ignoran que

las relaciones de maternaje y filiación son, como toda construcción de parentesco, “un proceso inherentemente gradual” que “se acumula o se disuelve a lo largo del tiempo” y que involucra “sustancias más o menos corporales” (Carsten, 2014). Esta concepción no pautada exclusivamente en la biología, invita a pensar los vínculos “familiares” como resultados de otro tipo de relaciones, prácticas y procesos, no necesariamente ligados a la sangre o a los genes. Se trata, en términos antropológicos, de identificar otros idiomas de “relacionalidad” o “conectividad” (Carsten, 2000), más allá de los sentidos que les atribuimos al cuerpo y sus fluidos.

La maternidad ha sido históricamente naturalizada, idealizada y poco problematizada en las ciencias sociales en general. Si bien desde épocas relativamente tempranas se han cuestionado los padrones de sexualidad, género y familia, los sentidos asociados específicamente a la reproducción, la crianza y la maternidad aún requieren ser problematizados. De manera general, el hecho de que las maternidades no se hayan constituido como objetos primordiales de interés académico obedece a que éstas, aún hoy, son concebidas como hechos naturales, individuales, privados y exclusivos de la mujer, con poca significación para el campo epistemológico.

En este sentido, es interesante observar en este caso la potencia de las redes para construir narrativas movilizadoras en relación a la maternidad forzada, en contra de la violencia de género y en defensa de determinados derechos. Entre estos últimos, el derecho “a la vida” y el derecho “a decidir sobre el propio cuerpo” aparecen como tópicos protagonistas de los diferentes argumentos analizados. También cabe señalar que la discursividad en foco se registró en el marco de un creciente borramiento de las fronteras entre lo público y lo privado, y del marcado auge de las narrativas autorreferenciales.

El análisis de un corpus específico sobre las “niñas madres” permite comprender la construcción mediática de la maternidad y, al mismo tiempo, identificar algunas nociones de género que sustentan tal construcción. Aunque es necesario detallar las diversas - y en muchos casos, antagónicas - líneas de sentido que atraviesan el tratamiento del tema, es posible afirmar la persistencia de la idea de la maternidad como un “destino” (Fonseca, 2011) para las mujeres.

Bibliografía

- Appadurai, Arjun (1991). Global ethnoscaapes: notes and queries for a transnational anthropology. En: *Recapturing Anthropology*. Pp. 191 – 210. Santa Fe: School of American Research Press.
- Bourdieu, Pierre (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Carsten, Janet (2000). *Cultures of relatedness: New approaches to the study of kinship*. Cambridge: Cambridge University Press.

Carsten, Janet (2014). A matéria do parentesco. *Revista de Antropologia* da Ufscar - R@U. 6 (2). Pps.: 103-118.

Fonseca, Claudia (2003). De afinidades a coalizões: uma reflexão sobre a “transpolinização” entre gênero e parentesco em décadas recentes da antropologia. *Ilha - Revista de Antropologia*. 5 (2). Pps. 5-31.

Fonseca, Claudia (2011). As novas tecnologias legais na produção da vida familiar: Antropologia, direito e subjetividades. *Civitas*. 11 (1). Pps.: 823.

Foucault, Michel (1995). *Arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 4a edição.

Hine, Christine (2004). *Etnografia virtual*. Barcelona: Editorial UOC.

Jenkins, Henry (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Scavone, Lucila (2001). Maternidad: transformaciones en la familia y en las relaciones de género. *Interface - Comunicação, saúde, educação*. 5 (8). Pps.: 47-60.

Scolari, Carlos (2015). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa.

Scott, Joan (1990). Gênero, uma categoria útil de análise histórica. *Mulher e realidade: Mulher e educação*. Porto Alegre, Vozes, 16(2).

Segalen, Martine (2009). Memorias y recomposiciones familiares. *Revista de Antropología Social*. 18 (1). Pps.: 171-185.

Segalen, Martine (2013). *Sociología de la Familia*. Mar del Plata: Eudem.

Strathern, Marilyn (1991). Parentesco por iniciativa: a possibilidade de escolha dos consumidores e as novas tecnologias da reprodução. *Análise Social*. 114 (1). Pps.: 1011-1022.

Strathern, Marilyn (1992). *After nature: English kinship in the late twentieth century*. Cambridge: Cambridge University Press.

Strathern, Marilyn (1995). Necessidade de pais, necessidade de mães. *Revista Estudos Feministas* 3 (2). Pps.: 303-329.

Strathern, Marilyn (2005). *Kinship, law and the unexpected: relatives are always a surprise*. Cambridge: Cambridge University Press.

Taubert, Silvia (2007). Maternidad. AA.VV. *Diccionario de estudios de género y feminismos*. s/p. Buenos Aires: Biblos.

Verón, Eliseo (1980). “Discurso, poder, poder del discurso”. *Anais de Primeiro Coloquio de Semiótica*. Rio de Janeiro: PUC/ Edições Loyola.

Verón, Eliseo (1987). “La palabra adversativa, Observaciones sobre la enunciación política”. En: *Discurso Político, Lenguaje y acontecimiento*. Pps.: 12-26. Buenos Aires: Hachette.

Verón, Eliseo (1997). “Esquema para el análisis de la mediatización”. *Diálogos de la Comunicación*, N° 48.

Verón, Eliseo (2004). *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

Verón, Eliseo (2011). *Papeles en el tiempo*. Paidós. Buenos

Aires.

Verón, Eliseo (2013). *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

Woodward, K. (2000). Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. En T. T. Silva (Ed.) *Identidade e diferença – a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes.

FEMINISMO E INTERSECCIONALIDAD: REFLEXIONES SOBRE FEMINISMO CATÓLICO E ISLÁMICO A PARTIR DE EXPERIENCIAS ÁULICAS EN LA FCC

Bratti, María Fernanda

FCC - UNC / fernandabratti@hotmail.com

Becker, Micaela M.

FCC - UNC / micaelabecker@gmail.com

Palabras claves: feminismos; religión; intersexualidad; educación; universidad

Ideas y conceptos disparadores

En varias discusiones como docentes de la cátedra de Introducción a la Comunicación, nos encontramos con la necesidad de abordar desde el aula la cuestión de la violencia de género. Creímos importante desde la cátedra el abordaje de ciertos conceptos que permitan a los ingresantes a la carrera de Comunicación conocer la realidad que aqueja a las identidades femeninas (mujeres y trans y cuerpos gestantes) y cómo desde los medios de comunicación se trata la problemática.

Por otro lado, una acción que nos puso a reflexionar sobre estos conceptos fue la participación de Rita Segato en el primer Foro Mundial del Pensamiento Crítico, organizado por el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), en Noviembre del 2018. Allí Segato habló sobre una *teoría del complot*, colocando al crimen organizado y a los grupos fundamentalistas cristianos como los grandes conspiradores contra la democracia en América Latina. Por el otro lado, Segato agregó: “los monoteísmos son monopólicos: único dios, única verdad, única justicia, única riqueza, única belleza. Todos

sus valores son únicos, y esa única verdad es funcional a la guerra, a las facciones religiosas, a un poder al que le interesa que haya guerra”¹⁸. Como solución a este diagnóstico que realiza, Segato propone revisar las posiciones de las minorías, la fe estatal y a reorientar la historia desde la sociedad misma pero con un énfasis en el papel de la mujer, y propone pensar la raza, y el género, poniendo en juego la *interseccionalidad*.

En Argentina, a raíz de la implementación de la Ley de Educación Sexual Integral, hemos visto cómo las calles se empapelaron con carteles que expresaban en lenguaje digital #ConMisHijosNoTeMetas. La educación sexual con perspectiva de género en el ámbito escolar generó un fuerte rechazo de ciertos grupos cristianos. Por su parte, la Iglesia Católica se posiciona como un gran opositor y detractor del movimiento feminista, apoyando explícitamente al movimiento que se identifica con pañuelos celestes y la consigna *Salvemos las 2 vidas*, así como su permanente inquietud por no avalar el aborto, confundir y no dejar que las mujeres se puedan expresar desde sus derechos. ¿Qué sucede con el Islam entonces? Desde Occidente se suele analizar que en esta religión a las mujeres les cuesta formar parte de un movimiento como el feminista. Pero desde esta postura inicial nos toca el rol de desnaturalizar nuestros preconceptos e interiorizarnos sobre la realidad que pone a las mujeres musulmanas en una *intersección*.

También creemos necesario recuperar los aportes sobre género de la filósofa, Judith Butler quien propone romper con ese binomio, ser hombre o mujer. Su propuesta teórica busca desnaturalizar las definiciones del cuerpo sexuados masculino y femenino. El cuerpo sexuado es una construcción del género y no de la naturaleza. Los cuerpos naturales también son una construcción natural de discurso científico y hay que deconstruir. Butler quiere visibilizar la violencia de la heterosexualidad normativa. De esta manera es que consideramos esencial introducir estos debates en las aulas, desde estas experiencias maravillosas de encuentro, del diálogo y deconstrucción nos proponemos imaginar y preguntarnos, ¿Cómo sería un mundo sin discriminación de género? ¿Qué sería un feminismo católico y un feminismo islámico? ¿Son utopías feministas o llevan a la conquista de derechos desde la intersección de realidades que afligen a las mujeres de estas religiones?

Aportes desde el Seminario Patriarcado, Cuerpos Gestantes y Regímenes Políticos

El seminario Patriarcado, Cuerpos Gestantes y Regímenes Políticos, tuvo como eje de apoyo para el debate y teorización, la impactante serie basada en el cuento de

Margaret Atwood, *El Cuento de la Criada*. Elegimos esta serie porque nos muestra claramente el patriarcado como sistema de dominación y la violencia moral ejercida contra las mujeres. La base fundacional de esta sociedad patriarcal -tal como se enuncia en los primeros capítulos de la serie- es reponer *la reproducción como imperativo moral y la fertilidad como recurso nacional*.

Las mujeres son despojadas de su trabajo, de su dinero, familia, profesiones y de sus cuerpos. Se les asigna otro nombre y su identidad es absolutamente modificada. En Gilead la violación está legalizada y sucede todos los meses bajo el nombre de “Ceremonia”, donde la criada es violada en la cama matrimonial. Cuando la criada quede embarazada entregará al niño a sus dueños, ese niño que ellos no pudieron tener es apropiado y la criada será trasladada a otra pareja para seguir reproduciéndose.

La serie a pesar de tratarse de un futuro distópico, no deja de hacer referencia a hechos que ocurren o han ocurrido a lo largo del tiempo. Apropiación de niños, fusilamientos masivos, hogares para maternidades controladas para expandir la raza aria en la época nazi, ataques terroristas que promueven un exacerbado control social por parte de las fuerzas armadas, El cuento de la criada muestra claramente el sistema patriarcal en su máxima expresión y eso la hace muy real y pone a las mujeres en alerta. Esa identificación con la protagonista, quien se presenta “soy defred y tengo pensado sobrevivir” (sic), muestra su dolor, su terrible realidad, pero también es su resistencia y lucha. La sociedad recreada en *El cuento de la criada* expande el universo de opresión misógina de los personajes que conviven en ese país en el que deben aceptar las reglas que se les imponen. Para acompañar la serie que es objeto de tratamiento figurativo en el Seminario, hemos recurrido a una caja conceptual básica que nos facilite la tarea de interpretación en clave teórica. Los temas presentados conciernen al paso del matriarcado al patriarcado y en especial, el lugar del Estado, la familia y rol de la mujer como construcción socio-histórica; los regímenes políticos y el papel de la Iglesia y demás instituciones, y una particular forma de violencia de género en el terrorismo de Estado en Argentina. Un segundo bloque alude a las miradas y corrientes feministas a lo largo de la historia, en la relación Patriarcado y Capitalismo. Otro eje se refiere a los medios y mandatos sociales, a los estereotipos y el tratamiento del cuerpo bajo la lógica de la industria cultural y la cosificación. Finalmente como aporte desde la carrera de Comunicación pensamos en un enfoque puesto en la des-naturalización y deconstrucción del patriarcado en clave cultural centrado en el reconocimiento de los discursos sociales e impactos de la nueva ola feminista.

En el texto “Calibán y la Bruja”, Feredici (2010) hace un repaso por los comienzos del capitalismo y resalta que el nacimiento del mismo se dio a partir de múltiples

18 La conferencia completa puede observarse en el siguiente link: https://www.youtube.com/watch?v=e_b7TC1Jbto

despojos. El capitalismo no vino a superar o liberar del feudalismo, todo lo contrario, vino a quitar las tierras a las familias y a empujarlas al trabajo asalariado. El capitalismo vino a ubicar a la mujer en lo doméstico, en el hogar. La caza de brujas fue el mayor feminicidio de la historia, sin precedentes; matando, torturando, acusadas de ser enemigas de la humanidad, sirvientes del demonio. Esta cacería no fue ni más ni menos que el preparar a la mujer a un nuevo tipo de disciplina social. La autora hace un gran aporte, junto a los movimientos feministas de los 60, al pensamiento socialista, marxista, todos quienes han tenido una visión crítica y de militancia activa contra el patriarcado, el trabajo invisibilizado de las mujeres en el área doméstica y reducido sólo a la reproducción de la fuerza del trabajo, y la explotación en general. Aquí la Iglesia cumple un rol crucial, no sólo en ésta caza indiscriminada y la Inquisición, sino a lo largo de toda la historia, desde el momento de su surgimiento durante la decadencia del Imperio Romano.

Sobre el Seminario de Islam y Medio Oriente, y el ciclo de cine Cuerpos Disidentes

El año pasado fueron presentadas dos actividades pedagógicas sobre temáticas vinculadas a la región de Medio Oriente. En primer lugar, se desarrolló un curso de extensión llamado *Islam y Medio Oriente: claves para comunicar y no (des)orientarse en el intento*. El eje central de este curso fue un análisis crítico de la dicotomía imaginaria Occidente-Oriente que se (re)produce desde los medios de comunicación. La segunda actividad fue una curaduría de películas sobre Medio Oriente para presentarlas dentro del ciclo de cine del área de Extensión llamado *Cuerpos Disidentes*. El objetivo central de este espacio fue generar un espacio de debate a partir de obras audiovisuales que nos cuestionaran nuestros prejuicios y preconceptos sobre la realidad cotidiana de manera heterogénea en la región.

Para tal fin, creemos necesario recordar algunas cuestiones vinculadas al rol de los medios de comunicación en este escenario. En este contexto, reflexionamos cómo esta dicotomía Occidente-Oriente es producto del sistema-mundo actual: moderno, capitalista, blanco, occidental, patriarcal, sexista y racista, entre otros aspectos. A partir de este sistema, se construyen algunos binarismos: identidad/alteridad, nosotros/otros, modernidad/tradición, desarrollo/subdesarrollo, democracia/autoritarismo.

A partir de estas dos actividades podemos reflexionar sobre el concepto de *feminismo interseccional*. Esta perspectiva, construida originalmente por la estadounidense Kimberlé Williams Crenshaw en 1989 para analizar la cuestión de la mujer afroamericana, nos permitiría abordar no sólo la problemática de la doble otredad que implica la mujer musulmana, sino también reconocer las otras diversidades presentes en el mundo árabe-islámico que quedan fuera de ciertos feminismos

que no analizan más allá de las categorías CIS, heterosexuales, de clase media, blancas o urbanas. En esto coincide la española Sirin Aldbi Sibai (2016) en relación a las musulmanas desde una perspectiva decolonial. La mujer con hiyab desde los feminismos occidentales es considerada como un objeto de intervención pasiva, subdesarrollada, analfabeta, sexualmente reprimida, etc. Y estos feminismos consideran al *feminismo islámico*¹⁹ como un oximorón, cuando no lo es, convirtiéndose así en colonialistas y islamófobos. Los discursos de este tenor homegeinizan la multiplicidad de realidades que existen en esa región. Entender en una actitud pasiva a las diversidades islámicas, es para Sibai, una actitud que fomenta y propicia a las agendas de políticas de acción bélicas y colonialistas. Sibai también critica a las feministas islámicas reformistas que promulgan cambios desde, lo que ella llama, una cárcel epistemológica-existencial: estas reformas recurren a los binomios colonialistas de modernidad/tradición e islam/secularización; de modo que invisibilizan las voces plurales de las mujeres musulmanas que tienen derecho a hacer sus propias lecturas, que si hacen feminismos como el chicano y el afro. La discusión en torno a la existencia o no de un *feminismo islámico* no está acabada. Incluso, en la cuestión de qué temática encierra a este feminismo y cuáles no, está en discusión por aquellos sectores de personas musulmanas que se identifican desde la femeneidad pero que no se asocian ciertas agendas para conseguir la igualdad de diversidad de géneros.

Conclusiones

Entonces, ¿Podemos hablar de un feminismo católico o un feminismo islámico? Consideramos que cuestiones que hablan de un feminismo transnacional, del secularismo y el multiculturalismo quedan en desuso frente a la complejidad de los fenómenos, al igual que las identidades sexuales presentes en las realidades cotidianas. Oxímorones para algunos o redundancia para otros, consideramos que la importancia radica en entender al feminismo desde su interseccionalidad: de que la cuestión de la mujer e identidades no cis hay que entenderlas desde el contexto y las variables que les atraviesan. Incluso de entender que mujeres musulmanas y católicas puedan estar a favor del aborto, porque lo ven como una cuestión de salud pública y no de religión. Los feminismos y la interseccionalidad nos compromete a reconocer que no todas las mujeres sufrimos los mismo problemas, que existen diferentes experiencias, diferentes mundos y necesitamos escucharnos y apoyarnos.

19 Término acuñado en la década de los 90, que busca "... diferenciar una rama del feminismo o las actividades de grupos de mujeres musulmanas que intentan reformar las prácticas sociales y las disposiciones legales de las sociedades musulmanas en favor de las mujeres.". En: MOGHISSI, H. (2010), "El feminismo islámico. Perspectivas, contradicciones y controversias". *Culturas*, 7, 2010.

Actividades educativas como las que expresamos permiten el abordaje, desde la producción audiovisual, de estos debates emergentes que enriquecen el aprendizaje sobre el patriarcado, los feminismos y nos llevan generar nuevas preguntas sobre sus alcances.

Bibliografía consultada

Adlbi Sibai, S. (2012), "Colonialidad, feminismo e Islam", *Viento Sur* Número 122/Mayo 2012, España.

Adlbi Sibai, S. (2017) "El feminismo islámico es una redundancia, el islam es igualitario", Entrevista diario El País, España. 1 de febrero de 2017. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2017/01/30/mujeres/1485795896_922432.html

Adlbi Sibai, S. (2017), "Emancipación, feminismo e islam", Entrevista diario El País, España. 2 de febrero de 2017. Disponible en: https://elpais.com/cultura/2017/01/30/babelia/1485772617_744429.html

Adlbi Sibai, S. (2017), *La cárcel del feminismo: hacia un pensamiento islamico decolonial*, Editorial Akal, Madrid, España.

Ali, Z. (2014) "Feminismos islámicos", *Tabula Rasa*, No. 21: 123-137, julio-diciembre 2014 Bogotá, Colombia.

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona. Anagrama.

Butler, J. (2007 [1990]). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós.

Carmona, A. (2004). *La discriminación de género en la impartición de justicia en Ciudad Juárez*, Chihuahua. UAM. México

Chaher, S. y Santoro, S. (2007). *Las palabras tienen sexo: Introducción a un periodismo con perspectiva de género*. Buenos Aires. Artemisa Comunicación Ediciones.

Congreso de la Nación Argentina (2010) *Ley 26485 - Protección Integral a las mujeres* (promulgación).

De Sousa Santos, Boaventura (2009), *Una epistemología del sur*. Siglo XXI, México.

Engel, F. (2006). *El origen de la familia, la propiedad privada y el estado*. Fundación Federico Engels. Madrid.

Feredici, S. (2010). *Calibán y la Bruja*. Madrid. Edición Traficantes de sueños.

Figueras, A. (2018), "Ser feminista y musulmana", Entrevista publicada en Diario *La Voz del Interior*, 25 de febrero de 2018. Disponible en: <https://www.lavoz.com.ar/mundo/ser-feminista-y-musulmana>

Hendel, Liliana (2017). *Violencias de género. Las mentiras del patriarcado*. Buenos Aires. Paidós.

Jones, C; Moreira, G. (2016). *La deconstrucción del sexo*. Ser hombre? ser mujer? pregunta equivocada. Warren Ediciones.

Menendez Menendez, M. (2017), "Entre neomachismo

y retrosexismo: antifeminismo en industrias culturales", en *Prisma Social* No. Especial 2, Revista de Investigación Social, Madrid, España.

Moghissi, H. (2010), "El feminismo islámico. Perspectivas, contradicciones y controversias". *Culturas*, 7, 2010. Fundación Tres Culturas, España.

Padilla Mojena, H. (2011), "La mujer en el Islam: feminismo", *Actas del XXIII Simposio Electrónico Internacional Medio Oriente y Norte de África Estados Alterados y la Geopolítica de la Transformación*, Buenos Aires, Argentina.

Rivera de la Fuente, V. (2014), "Feminismo islámico: una hermenéutica de liberación", *Revista Internacional de Pensamiento Político - I Época - Vol. 9 - 2014 - [195-212]*, Huelva, España.

Salem, S (2014), "Feminismo islámico, interseccionalidad y decolonialidad", *Tabula Rasa*, No.21: 111-122, julio-diciembre 2014 Bogotá – Colombia.

Sánchez, N. y Valcarcel, M. (2014), "Católicas y Musulmanas: El desarrollo de feminismos alternativos", *Temas de Mujeres* N° 10 – 54, Universidad Nacional de Tucumán, Argentina.

Segato, R. (2015). "La pedagogía de la crueldad". Entrevista Suplemento *Las12*. 29 de mayo de 2015. Página 12. Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/las12/13-9737-2015-05-29.html>

Segato, R. (2016), *La guerra contra las mujeres*. Traficantes de sueños. Madrid

Segato, R. (2018). "En los medios existe una pedagogía de la crueldad". Entrevista realizada en la Facultad de Periodismo de la la Universidad Nacional de la Plata. Disponible en <https://perio.unlp.edu.ar/node/4602>

Segato R. (2018), Conferencia en el *Primer Foro mundial del pensamiento crítico*, organizado por el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales conocido como Foro CLACSO 2018, Buenos Aires – Argentina, Noviembre de 2018 https://www.youtube.com/watch?v=e_b7TC1Jbto&t=13s

Silva, A. (2016), "Feminismo e Islam: Una perspectiva reflexiva decolonial en torno al controversial uso del velo en mujeres musulmanas", *Economía y Política* 3(2), 119-147. Santiago, Chile.

DEL TITULAR AL HASHTAG: LA CONSTRUCCIÓN DEL DISCURSO

FEMINISTA EN EL ECOSISTEMA DIGITAL MEDIÁTICO

Weller, Gabriela

FCC - UNCGabrielaWeller@gmail.com

Palabras claves: feminismo; medios; internet; redes sociales; discurso

Partimos de una evidencia: las noticias influyen sobre nuestras imágenes del mundo y, en definitiva, sobre el imaginario social. En ese contexto, lo que nos interesa es desvelar el fenómeno por el cual la mediación no se produce como un mero enlace de los medios con la sociedad. Como se ha dicho, a propósito de los fenómenos de mediación, mediatización e hipermediatización, cada nuevo dispositivo técnico generó fenómenos nuevos. Por ello, la información y la vida cotidiana están atravesadas por la internet y en particular por el papel que juegan las redes sociales. Nuevos actores y nuevos medios han llegado para quedarse.

En la semioesfera, la proliferación de posteos y de tuits nos introduce de lleno en la comunicación digital. Y no ya como un mensaje que se emite por otros medios; no son noticias que pasan del periódico a la radio, o de la radio a la televisión. Es una producción particular en la que podemos ver cómo el formato de la comunicación digital y en particular de las redes sociales constituyen otros sentidos, en una lógica por la cual se suceden unas a otras, de Facebook a twitter, de youtube a Instagram, en una auténtica demanda, incluso presión, de las proconsumidoras.

Hay algunos autores que sostienen que internet no es un medio de comunicación -como la prensa, la radio o la televisión- sino un dispositivo totalmente diferente que produce un cambio radical, una mutación original en el proceso de circulación de los discursos.

En ese marco, lo que nos interesa es describir y analizar las nuevas lógicas comunicativas que provoca este dispositivo, en un contexto de crisis política y económica del capitalismo, frente al cual se rebelan diversos movimientos y colectivos sociales. Entonces, ¿cómo analizar lo que denominamos nuevas lógicas comunicativas? Una vía posible de acceso es el discurso feminista, como resultado de la tensión entre las

necesidades prácticas de la agencia feminista y de los límites y posibilidades de las herramientas de la comunicación.

De la consigna a la noticia

En los orígenes de la lucha de las mujeres por conquistar sus derechos, tanto a nivel internacional como en nuestro país, la primera acción fue salir del espacio privado y expresar sus reclamos en la esfera pública. Solitarias o en pequeños grupos de activistas, salieron a la calle, montaron mítines, se expusieron a la condena social y a la represión, y se convirtieron en noticia, en el sentido tradicional. Fue una conquista. Mucho antes de conseguir el voto, por ejemplo, la lucha de las mujeres se abrió paso en el espacio urbano.

El caso de la lucha por el voto es paradigmático. El movimiento sufragista fue perseguido y condenado socialmente y los periódicos de la época se hicieron eco de este fenómeno. Pero la reproducción mediática, aun para la condena, abrió las puertas a la visibilidad; y con ello se hizo posible la conquista de una de las reivindicaciones más sentidas del movimiento de mujeres: volverse visibles, como un primer paso, indispensable, para constituirse en sujetos de derechos.

La consigna -libertad para la mujer, voto para las mujeres, mujeres al poder- se convirtió en noticia. Y en una materia signifiicante que incluyó el cuerpo de la mujer retratado como nunca antes. Cuerpo femenino en situación de protesta pública.

Del titular al hashtag

Por exclusivas razones de tiempo y espacio expositivo, obviamos más de un siglo de luchas para reflexionar acerca del fenómeno actual, situado en la Argentina.

En nuestra opinión, es imposible pensar la masiva movilización de las mujeres en los últimos años como un hecho aislado y diferente de la evolución de las tecnologías de la comunicación.

Las consignas pintadas en las paredes, las pancartas o los panfletos, se potenciaron en la comunicación digital y se hicieron virales a través del hashtag. La condena pública de los femicidios como expresión de la desigualdad y la cultura patriarcal se convirtió, toda ella, en tendencia viral: #NiUnaMenos, #8M #Lasmujeresparamos, #Yosítecreo, #AbortoLegalYa, y prácticas como “twitazos”, “flyers”, cadenas de mensajes, perfiles de whatsapp y de Facebook. Y lo que parecía imposible se convirtió en tendencia global, trendig topic, es decir en aquello de lo que gran cantidad de personas habla e identifica como el tema más importante del momento.

Así, el hashtag se convirtió en la principal herramienta para multiplicar mensajes simultánea e ilimitadamente. A tal punto que los titulares de los periódicos, e incluso los pies (Graf) de la imagen televisiva, lo recogieron de este modo. El tradicional titular “8 de marzo, día internacional de la mujer” trocó en #8M. Una circulación de sentido inédita que cristalizó en los medios hegemónicos y que cambió los contenidos y hasta la gráfica, a partir de las prácticas discursivas de un movimiento contrahegemónico.

En un contexto en el que el ecosistema de medios es señalado e incluso acusado de jugar un papel definitorio en la conformación de la opinión pública, la construcción de subjetividades y la inducción del comportamiento, el movimiento de mujeres se erige como la desobediencia y la rebeldía frente a este afán homogeneizante.

Los procesos de formación de la opinión pública han cambiado, trasladándose de las tapas de los diarios a los canales digitales y viceversa. Hay una transferencia de sentido que atraviesa las distintas etapas de la comunicación, es decir, el vínculo entre la producción discursiva y su reconocimiento.

Así, el discurso feminista que circula en las redes sociales tiene cada vez mayor importancia a la hora de poner temas en la agenda pública, la que a su vez está empujando a la agenda política. Las mujeres, constituidas como movimiento social y político en lo que globalmente llamamos feminismo, con su afán de protagonismo y visibilidad tanto en la calle como en las redes, se imponen en la agenda política, porque se apropian de las redes.

En nuestra concepción, es innegable que el ciberespacio adquiere dimensiones políticas inéditas. Es a través de internet y en particular de las redes sociales que se convoca a las masivas movilizaciones y son éstas a su vez las que terminan imponiendo una lógica comunicativa particular y novedosa, que atraviesa el entramado del discurso social.

En ese marco, podríamos reconocer un discurso nuevo. Una novedad histórica que irrumpe allí donde la trama discursiva hegemónica se deshace. La potencia comunicativa del movimiento de mujeres se expresa con particular énfasis en las redes. Y así como la política -en su afán por controlar la agenda pública- necesita cambiar la forma de comunicarse, el feminismo, ya lo está haciendo.

Es verdad que cada nuevo dispositivo técnico genera nuevos fenómenos. Tanto como que la apropiación feminista de las TICs no sólo ha sacudido el tablero, está cambiando las reglas del juego.

LOS ESTEREOTIPOS DE MUJER GENERADOS POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

**CASO: LA VOZ DEL INTERIOR. SUPLEMENTO DE
ESPECTÁCULOS “VOS”. PERÍODO 2017 Y 2019.**

Bazzano, Ornella

LPNM - UBP / Ornellabazzano1@gmail.com

Cadegiani, Sofía

LPNM - UBP / Scadegiani@gmail.com

Palabras claves: estereotipos; medios de comunicación; prensa gráfica; suplemento; temáticas; mujer

1. Introducción

La presente investigación tiene como objetivo describir los estereotipos generados en los medios de comunicación. Para poder llevarla a cabo, decidimos tomar como objeto de estudio al suplemento de espectáculos “VOS”, del medio gráfico La Voz del Interior, fundado en 1904 en la Provincia de Córdoba. El período analizado se concentró marzo de 2017 y marzo de 2019.

Consideramos principalmente, para la realización del trabajo, la definición de las juristas Cook y Cusack (2015) quienes definen a los estereotipos como una visión generalizada respecto de los atributos o características de los miembros pertenecientes a un grupo en particular o sobre los roles que los mismos deben asumir, únicamente por el hecho de su aparente membrecía. Las autoras, además, consideran que los estereotipos afectan tanto a hombres como a mujeres, aunque para ellas pueden tener roles serviles en la sociedad que generan irrespeto por las mismas.

Consideramos que la relevancia de la temática radica en que el ejercicio de reconocer aquellos estereotipos, los cuales atentan contra los principios de igualdad estipulados en materia de derechos humanos, se muestra necesario a fines de poder establecer planos de igualdad que permitan, tanto a mujeres como a hombres, ser aquello que deseen ser. Así también es importante poder identificar los ideales y valores que cada medio posee, para reconocer cuáles son sus representaciones de cada esfera de la realidad social las cuales inciden en la sociedad. Finalmente, la elección comunicacional sobre la realidad interpretada por cada comunicador debería considerar a qué clase de realidad social desea contribuir.

2. Metodología

El presente trabajo de investigación se enfoca en un estudio de tipo exploratorio/descriptivo, con una metodología mixta que utiliza técnicas cualitativas, como entrevistas y análisis de contenidos, combinándolo con técnicas cuantitativas como lo son las encuestas. Como autor de referencia se utilizó a Vieytes (2004).

El hecho de que el estudio sea exploratorio/descriptivo implica que, además de explorar las variables involucradas en la presencia de estereotipos sobre la mujer en el suplemento “VOS”, también se busca describir y cuantificar estas variables con el fin de lograr un análisis en mayor profundidad sobre la temática.

Dentro de lo cualitativo, las entrevistas permitieron conocer la mirada de otras periodistas respecto al suplemento. El análisis del contenido fue en una primera instancia cualitativo, con la identificación cada variable en las notas elegidas, y luego en lo que respecta a las conclusiones de dicho análisis se utilizaron gráficos para medir y cuantificar dichas variables.

En relación a las encuestas, herramienta exclusivamente cuantitativa, se manifestó la perspectiva interna que poseen los redactores del suplemento y poder cuantificar variables

3. Resultados

Los primeros resultados obtenidos fueron aquellos provenientes del análisis del contenido de las noticias seleccionadas. Algunos de los más relevantes fueron los siguientes:

1. Durante el periodo 2017-2018, el 70% de las noticias generadas por el suplemento “VOS” cuentan con estereotipos, mientras que el 30% de las noticias analizadas carecen de la presencia de los mismos. Dichos porcentajes son el resultado del análisis de 30 noticias. De las mismas, 15 corresponden al año 2017 y las 15 restantes al año 2018.
2. El estereotipo predominante dentro de las publicaciones emitidas por el suplemento “VOS”, se puede identificar que el de “Mujer Fatal”, es el más utilizado a la hora de la redacción de las noticias con un porcentaje del 30,8%. Seguido a este, encontramos otros dos estereotipos que predominan: “Mujer Objeto” con un 23,1% y “Mujer Niña” con un 19,2%.
3. Al momento de analizar las características de los estereotipos, durante el periodo 2017-2018, aquella más presente es coquetas, con el 47,9%. La segunda es afectiva con el 18,8%. Las siguientes fueron tiernas e intuitivas con 10,4% y 8,3% respectivamente. Con una menor cantidad, del 6,3% se presentó débiles y con 4,2% temerosas. Sumisas y solícitas comparten

el mismo porcentaje con el 2,1%.

4. En relación al análisis de las temáticas, en las cuales se encuentran con mayor presencia los estereotipos sobre las mujeres, podemos identificar que están presentes sobre todo en la sección de TV.

Respecto a la herramienta cualitativa utilizada, las entrevistas fueron realizadas a periodistas de diversos medios de comunicación. Las mismas fueron: Silvia Pérez Ruiz (Canal Doce), Consuelo Cabral (La Nueva Mañana) y Diana Segado (La Tinta). Las entrevistadas destacaron los siguientes aspectos:

1. En un comienzo decidimos indagar la visión de las entrevistadas acerca de los estereotipos en los medios de comunicación. Las tres se mostraron de acuerdo al afirmar que los medios refuerzan los estereotipos de la mujer. Silvia destacó que en reiteradas ocasiones se utilizan frases y lugares comunes que provocan la perpetuación de los mismos. Consuelo consideró que aún se mantiene una imagen antigua, en la cual la mujer es un objeto. Finalmente, Diana resaltó que los estereotipos se refuerzan todo el tiempo con el fin de sostener el sistema capitalista y nuestro rol en el mismo, como mujeres únicamente encargadas de lo doméstico.
2. Al indagar concretamente por el suplemento “VOS” encontramos discrepancias. Silvia manifestó que el diario cambió su postura a lo largo de los años y que actualmente se rescata el valor artístico de la mujer. Consuelo Cabral y Diana Segado plantearon que esta sección manifiesta un prototipo de mujer, el cual responde al ideal de belleza hegemónico existente e imperante y que, en su mayoría, las mujeres quedan desplazadas y relegadas al ámbito doméstico, de lo privado.

Finalmente, se realizaron encuestas a 7 de los 13 redactores del suplemento “VOS” de La Voz del Interior. De las mismas, se obtuvieron los siguientes resultados:

1. Respecto la existencia de los estereotipos en los medios de comunicación, más de la mitad (57,1%) de los encuestados consideraron que están presentes. A pesar de esto, al responder en qué nivel esos estereotipos se encuentran presentes en el suplemento “VOS”, todos respondieron dentro de los niveles más bajos.
2. Sobre las características de los estereotipos, los resultados de los siete entrevistados dejaron vislumbrar que la predominante es “coqueta” con el

- 71,4%. Luego, afectivas e intuitivas con el 42,9%.
3. Para los encuestados, en las principales secciones en donde se pueden encontrar estereotipos son en la sección de Tv y en la sección de personajes.
 4. Tres de los encuestados consideraron que en el contenido del suplemento “VOS” es frecuente la presencia de estereotipos para representar a las mujeres. Otros tres, optaron por la opción “poco frecuente”, mientras que uno de los mismos eligió la opción “nunca”.
 5. 4 de los entrevistados afirmaron que se establecieron pautas respecto a la representación de las mujeres en las notas, aunque en sus respuestas uno de los mismos aclaró que son aspectos que debaten en la redacción, ya que no se tratan de pautas en sí mismas. Los tres restantes, decidieron que no.
 6. Los encuestados consideraron que la sección de Tv es aquella que más notas sobre mujeres genera.

4. Discusión y conclusiones

Ante los resultados obtenidos decidimos construir un “perfil” de la mujer representada por el suplemento “VOS”. La misma es una “mujer fatal”, sexy e insinuante. Podemos decir que físicamente es “voluptuosa” y atractiva, responde a parámetros de belleza heteronormativos. Además, encontramos a la “mujer objeto. Ella es una mujer que carece de personalidad e identidad y se muestra como un elemento susceptible de ser adquirido por cualquier hombre. Ella es la encarnación de un reclamo sexual, un cuerpo al servicio de la satisfacción masculina.

Concluimos que las mujeres representadas son en su mayoría blancas, heterosexuales y son descritas de manera que ingresen dentro de alguna categoría estereotipada, aunque lejos estén de aquella representación. Los atributos que se le otorgan, escasas veces se encuentran relacionados con su fortaleza o intelecto, por el contrario se tratan de descripciones que apelan a su “coquetería” y a su “capacidad afectiva”, casi siempre relacionada y ligada con un otro, de forma servil, que resulta ser un hombre. Como comunicadoras, notamos cómo el modelo de negocios y la necesidad de subsistencia, por medio de la publicidad, genera que los medios basen las noticias que producen en temáticas que fomentan la cosificación de la mujer y la transmisión de ideales que denigran a las mujeres. Ésto se vuelve “necesario” para mantener dicho modelo de negocio y, a su vez, complacer a la demanda que consume y exige ese tipo de contenidos.

Debemos preguntarnos como profesionales qué replicamos, a qué le damos visibilidad. La problemática de los estereotipos radica en la libertad y nuestro labor no puede mostrarse indiferente.

5. Bibliografía

Adichie, C. N. (2018). *El peligro de la historia única*.

Travessera de Gràcia, Barcelona: Literatura Random House.

Ayala, J. G., Altés, E., Melús, M. E., Soriano, J., & Gómez, M. J. C. (2002). La prensa diaria por dentro: mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información general. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 225-242. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/15110>

Cook, R. J., & Cusack, S. (2010). *Estereotipos de género: perspectivas legales transnacionales*, Bogotá, Colombia: Profamilia.

Gonem, F. R. (2012). Estudios feministas y medios de comunicación: Avances teóricos y periodísticos en España y Argentina. *Revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación*, 1(16), 14-27. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780259>

Julián, I. P., Donat, A. A., & Díaz, I. B. (2013). *Estereotipos y prejuicios de género: Factores determinantes en Salud Mental. Norte de salud mental*, Dianlet. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4694952>

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. (s.f.). *Ley de Protección Integral a las Mujeres*. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/150000-154999/152155/norma.htm>

Morales, A. V., & Rodríguez-Bailón, R. (2011). *Estereotipos femeninos y preferencia de consumo*. Bogotá, Colombia: Universitas Psychologica

Ortega Larrea, Ana & Lluna, Francisco. (2016). *Liberación de los estereotipos sexistas: otra forma de manipular a las mujeres*. Madrid, España. Universidad Francisco de Vitoria.

Panea Yerga, E. (2018). *Observar, escuchar y actuar: los estereotipos en la sociedad*. (Tesis de pregrado). Universidad de Sevilla. Departamento de Teoría e Historia de la Educación y Pedagogía Social, España

Poncela, A. M. F. (2011). Prejuicios y estereotipos. Refranes, chistes y acertijos, reproductores y transgresores. *Revista de Antropología Experimental* (11), 317-328. Recuperado de <http://revista.ujaen.es/huesped/rae/articulos2011/22fernandez11.pdf>

Rovetto, F. (2012). Estudios feministas y medios de comunicación: Avances teóricos y periodísticos en España y Argentina. *Revista Faro*. Recuperado de <http://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/view/255>

Araïna, N., & Martínez, I. J. M. (2013). *Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales. Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (41), 177-86

Suárez Villegas, J. C. (2007). *Estereotipos de la mujer en la comunicación. Mujeres en Red. Periódico feminista*.

REFLEXIÓN SOBRE EL ESTEREOTIPO DEL GÉNERO FEMENINO PLASMADO EN LA PORTADA DE LA REVISTA PARA TI

Lo Celso, Adela

Villanueva, Constanza

Schulz, Emilie

Raimondo, Leonardo

UBP

1. Presentación, delimitación y justificación del tema

A través de un análisis discursivo buscamos indagar de manera cualitativa la representación social de la imagen mujer que se construye en la portada de la revista Para Ti, medio icónico argentino, con más de noventa y cinco años en el mercado. Describimos el mensaje estereotipado que se presenta sobre el ser femenino y que se repite bajo los mismos elementos edición tras edición²⁰.

Los medios de comunicación constituyen un factor fundamental en la conformación de las visiones de mundo. Estos funcionan como elemento clave y de gran impacto en la configuración de las representaciones sociales. Por este motivo, conocer el perfil que difunden resulta imprescindible para acercarnos a esas visiones colectivas. De allí que la importancia de este análisis radica en la necesidad de vislumbrar los mecanismos de construcción de sentido que utiliza Para Ti para referirse a lo que supone o sobreentiende que es el “interés femenino”.

2. Preguntas de investigación

- ¿Qué idea, concepto o estereotipo se construye sobre lo femenino?
- ¿Cuáles son los temas recurrentes que se asocian a la mujer?
- ¿Qué estrategias discursivas se utilizan para interpelar a la mujer lectora?
- ¿Cómo se presenta la imagen de la mujer?
- ¿Cuáles son las necesidades que se alinean a lo femenino?

²⁰ Este artículo es parte de una investigación que se desarrolla en la Universidad Blas Pascal, a través de la Secretaría de Investigación.

3. Objetivos

Entendemos como objetivo general el definir cómo se construye el estereotipo del género femenino en las tapas de la revista Para Ti. Y como objetivos específicos definimos tres: determinar qué temas, intereses y necesidades se asocian a la mujer en cada portada; establecer qué estrategias discursivas utiliza Para Ti en la interpelación de su lectora y describir la imagen referencial de mujer que se presenta en las portadas.

4. Marco referencial

5. Marco teórico

La teoría de las representaciones sociales ha surgido en el campo de la Psicología social. Para Jodelet (1986) existen dos aspectos básicos para su definición, por un lado, las representaciones sociales son formas de conocimiento. Por el otro, son formas de reconstrucción mental de la realidad. Este conocimiento se constituye a partir de nuestras experiencias, pero también de las informaciones, conocimientos y modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social.

Una de las formas más frecuentes de representaciones sociales son los estereotipos, definidos por la RAE como una imagen estereotipada y aceptada por la mayoría de las personas como representativa de un determinado colectivo. Esta imagen se forma a partir de una concepción estática sobre las características generalizadas.

Los estereotipos de géneros están conformados por un conjunto de ideas que favorecen el establecimiento de roles fuertemente arraigados en la sociedad. Estas ideas simplifican la realidad marcando las características de cada género, otorgándoles una identidad en función del papel social que se supone deben cumplir.

Las revistas femeninas son un espacio privilegiado para abarcar los matices de la doxa sobre el sistema de géneros (Uzín, 2013). Para Bourideu (2011) doxa son aquellos esquemas cotidianos, no reflexionados y considerados como naturales, aquello admitido per se, en tanto es parte de lo habitual y que no requiere de una reflexión: es lo no cuestionado.

Los juicios o elementos que configuran la doxa funcionan como presupuestos discursivos que aseguran las posibilidades de comunicación (Bajtín, 1993; Angenot, 1982). A la hora de producir contenidos, los medios de comunicación visibilizan y reproducen su concepción del mundo. Las palabras e imágenes que se usan sobrellevan el peso de los prejuicios y estereotipos, estableciendo una particular cosmovisión acerca del mundo. Los

medios de comunicación son importantísimos agentes de socialización y juegan un rol preponderante en la transmisión del estereotipos y modelos.

Esta convicción de considerar útil leer los discursos para leer la realidad social considera al lenguaje no solamente como un vehículo para expresar y reflejar las ideas, sino un factor que participa y tiene injerencia en la constitución de la realidad social. Es lo que se conoce como la concepción activa del lenguaje, que le reconoce la capacidad de hacer cosas (Austin, 1982) y que, por lo mismo, nos permite entender lo discursivo como un modo de acción. Por consiguiente, lo social como objeto de observación no puede ser separado ontológicamente de los discursos que en la sociedad circulan.

Estos discursos, además y a diferencia de las ideas, son observables y, por lo mismo, constituyen una base empírica más certera que la introspección racional. Todo lo anterior permite afirmar que el conocimiento del mundo no radica en las ideas, sino en los enunciados que circulan. Como vemos, este paradigma le reconoce al lenguaje una función no sólo referencial (informativa) y epistémica (interpretativa), sino también realizativa (creativa), o, generativa (Echeverría, 2003).

Cabe aclarar que no discutimos sobre el sentido mismo de la publicidad, es decir, que cada pieza gráfica de una revista o aviso publicitario reproduce un estereotipo para vender un producto. La fusión entre publicidad y estereotipo es una alianza indiscutible. Lo que se pretende más bien es desentrañar qué concepto de mujer generan, repiten y perpetúan las campañas publicitarias como trayectoria de sentido hacia la sociedad.

a. Marco metodológico

La planificación y el diseño del trabajo fueron ideados desde un enfoque cualitativo para atravesar un proceso de interpretación profunda, intentando identificar descripciones significantes subyacentes en los discursos.

El primer paso para realizar el análisis discursivo consistió en relevar los tópicos recurrentes en los enunciados: señalar de qué se habla, a nivel general y por secuencias, y cómo esos tópicos se relacionan, se reiteran y se transforman de un enunciado al otro. Se indagó en la reiteración de sememas, consideradas palabras clave.

El segundo paso permitió analizar los ideologemas, definiciones sociales que realiza el medio sobre la identidad de la mujer. A partir de sustantivos analizamos sus predicados. El tercer aspecto del análisis consistió en relevar las marcas axiológicas o valorativas que caracterizan la asignación de atributos a las mujeres, si bien las categorías gramaticales como adjetivos o adverbios suelen ser las más ricas, sustantivos, verbos, conjunciones y signos tipográficos, funcionan también

como manifestación de evaluaciones y modalizaciones.

La imagen como instancia enunciativa, también pudo ser leída y analizada, al ser un signo icónico que conlleva procesos de sentido-significación. Un signo no puede representar “el todo” de un objeto, la imagen fotográfica no es la mera transparencia de lo sucedido. Fotografiar es encuadrar, y encuadrar es excluir. Además, la manipulación de la foto antecede largamente a la era digital y al Photoshop: siempre ha sido posible que una fotografía tergiverse las cosas (Sontag, 2003). Partiendo de esta base analizamos cómo son los modelos encuadrados en la revista Para Ti y cuáles son los que se excluyen.

Unidades del análisis

Para Ti es una revista semanal de la Editorial Atlántida (Argentina), líder en el segmento desde 1922. La publicación se presenta “como todo lo que le interesa a la mujer”, ofreciendo en todas sus plataformas, novedades sobre las últimas tendencias de moda, belleza, cocina, decoración y tecnología. Su formato es el de *magazine*, y en sus páginas incluyen: artículos, publicidades y dossiers fotográficos.

Según sus reportes, su audiencia está compuesta por el 92% de mujeres, que tienen una edad promedio entre 25 y 50 años. Lanza un nuevo ejemplar cada semana y dos ediciones al año de “Para ti Colecciones”. Alcanza un promedio de 170.000 lectores por edición.

Para realizar el trabajo de investigación partiremos de una selección de fragmentos de la semiosis social. Las materias significantes elegidas para el análisis discursivo corresponden a las portadas de las primeras semanas del mes de enero, febrero y marzo 2018. Tal y como dice Barthes (2008) la fecha elegida no tiene importancia metodológica, porque lo que pretendemos describir no es una determinada moda sino la imagen de mujer que se plasma en la revista femenina más icónica de la Argentina.

I. Relevamiento del contenido: algunas observaciones

En este punto buscamos mostrar en su conjunto los resultados del análisis de cada una de las portadas seleccionadas, es decir los 3 casos (cfr. portadas en Anexo), para visualizar de manera global e individual las derivaciones de las variables tenidas en cuenta para dar respuesta a los objetivos planteados.

1. El género, tópicos y subtópicos

El recorrido de las 3 portadas reveló una amplia variedad de tópicos, pero los predominantes son la belleza y la moda. En un segundo lugar podemos encontrar los

tópicos personas famosas y relaciones afectivas.

El sentido de la destinataria que resulta de este dispositivo de enunciación refleja una lectora interesada en temas sociales, atraída por la dimensión estética de lo corporal, lo doméstico y el espectáculo.

Estos temas, engloban a su vez una serie de tópicos particulares, subtópicos, que conforman un listado de relaciones que pueden sintetizarse de la siguiente manera:

- **La salud relacionada a lo corporal y a lo cosmético:** son los tópicos que más se utilizan en la construcción de los enunciados y lo que más se destacan en la portada a nivel gráfico. Lo corporal en casi todas las ocasiones se articula con lo cosmético y estos dos con la salud. Ejemplo de ello son: *Hair Play, operativo pelo. Mom cut, el nuevo corte de moda y lo mejor para reparar los daños del agua y el sol* (N° 4989) y *Botox orgánico, no tiene contraindicaciones y su efecto es más natural. Lo usan Kate Middleton y Michelle Obama* (N°4981).

- **Estación del año, moda e internacionales:** con una gran presencia en tapa, estos tópicos se interrelacionan presentando las últimas tendencias, marcando la influencia internacional en la moda argentina. Ejemplo son: *Moda en Río* (N°4981) y *Alta costura, lo más lindo de los desfiles de París* (N°4985).

- **Reportajes, fama y juventud:** En cada tapa se presenta una o dos entrevistas a personalidades del espectáculo local. Las personas seleccionadas casi siempre se caracterizan por ser bellas hegemónicamente y exitosas en el ámbito televisivo. Ejemplo: *Flor Vigna* (N°4981), *Rifle Varela, cambió de rumbo* (N°4981), *Julieta Zylberberg* (N° 4989) y *Juan Minujín* (N°4985).

- **Ejemplos de vida y salud:** A la hora de plantear cuestiones vinculadas a la salud, uno de los recursos utilizados es personalizar el artículo con una historia de vida. Ejemplo de ello son: *Lady 104, vivir un siglo* (N° 4989), *2 amigas le ganaron al cáncer de mama y celebran la vida* (N° 4989), *Síndrome TSS, alerta en verano* (N°4981).

- **Influencia, fama e internacionales:** Varios de los enunciados presentan la influencia de personas famosas en el ámbito internacional, ya sea a la hora de dar lecciones o argumentar el uso de ciertos productos: *Lecciones de liderazgo por Isela Costantini* (N°4985) y *Botox orgánico, no tiene contraindicaciones y su efecto es más natural. Lo usan Kate Middleton y Michelle Obama* (N°4981).

Según sus informes, el target de la revista está compuesta por un 92% de mujeres. Este resultado es considerado también a la hora de plantear tópicos en tapa al referir a intereses explícitamente femeninos. Algunas referencias encontradas:

- *Síndrome TSS, alerta en verano* (N° 4981), enfermedad que afecta al sexo femenino por el uso de tampones.

- *CROP TOP* (N° 4989) prenda de ropa utilizada por el género femenino.

- *El 8 de marzo es nuestro día* (N°4989), referencia al Día Internacional de Mujer, la utilización del pronombre inclusivo *nuestro* construye a un tu destinatario y un yo enunciadore femenino.

Llama la atención que cuestiones políticas, sociales e ideológicas son tomadas en el desarrollo de algunas notas relevadas al interior de la revista, pero no se reflejan de ninguna manera en las portadas, buscando más bien ofrecer contenidos asépticos, imparciales, sólo enfocados a belleza o cuidado de la propia estética.

2. Género, ideologemas y modalidades axiológicas

Como segunda y tercera etapa del análisis propusimos identificar las representaciones textuales de lo femenino en tanto atributos, prácticas y valores asignados. La revista está dirigida a personas pertenecientes a una clase media-alta o alta. En sus notas encontramos recomendaciones de artículos costosos para el cuidado corporal, consejos para la actualización constante del guardarropa y sugerencias para veranear en la playa.

Para Ti construye discursivamente a la persona femenina como naturalmente tendiente a preocuparse por su apariencia física, definida por su dimensión estética y por su conducta frente a la tendencia y la moda. A veces pareciera que éste es sólo el interés de su lectora, y no su desarrollo laboral, profesional o afectivo-familiar.

La mujer lectora plasmada en la revista está dispuesta a dedicar su tiempo y dinero en la compra y la colocación de cosméticos. El objetivo es modificar su apariencia para acercarse a la belleza hegemónica, buscando superar aspectos que no se asemejan a ese ideal.

Otro de los intereses de las mujeres presentado por la revista, es la vida de las personas famosas en el ámbito del espectáculo. Reportajes, notas y la argumentación de los enunciados plantean a una lectora interesada e informada sobre la farándula local y sobre todo internacional. La vida de los otros, poco comunes, espectaculares (gente de la realeza, por ejemplo) parecieran ser el escaparate de los deseos latentes de las lectoras modelos de la revista.

La conformación de relaciones afectivas también es uno de los propósitos femeninos para la revista. Contar con una pareja estable aparece como un valor u objetivo final. “Consejos para enamorar a un hombre” y notas sobre la compatibilidad romántica aparecen con regularidad en las tres portadas relevadas y en otras que no mencionamos

en el presente escrito. También, cuestiones vinculadas a lo doméstico son tratadas. Los títulos de nota presentan consejos sobre cocina, recetas y cuidado de la casa en general.

En enunciados sobre moda son bastantes utilizadas las palabras en inglés. Consideramos que es así, por la influencia internacional en la industria argentina y porque usar terminología extranjera encierra cierto esnobismo.

3. Género e imagen

La **imagen** en las portadas de Para Ti se utiliza como un recurso que permite captar rápidamente a la destinataria a través de colores vibrantes y contrastantes, tanto en la tipografía como en la elección de fondos planos/lisos, en la vestimenta, maquillaje y accesorios de las modelos.

Para cada puesta en escena del acto semiótico, tenemos un contrato de intercambio que establece lo que el Yo propone al Tu, y lo que el Tu debe reconocer. De esta forma, el vínculo de complicidad con el destinatario a través de la imagen se ve materializado en la elección de las **modelos** (referentes conocidas en el mundo de la moda), y en la vestimenta que portan.

A nivel composición se observa la intención de reforzar el vínculo a través las **actitudes gestuales y físicas de las modelos**, (referentes femeninos) que comparten características similares siendo un patrón a destacar: delgadas, de rostro equilibrado/simétrico, sin proporciones físicas exuberantes o de curvas marcadas, caucásicas, en poses llamativas o alegres, con la mirada siempre a cámara (a la supuesta lectora). Siguiendo el eje O-O (Verón, 1983), el uso de la mirada hacia el lector representa una cámara “viva”, “real”, “presente”, lo que determina que no es ficción.

Otro factor en la composición de la imagen es el **uso de planos** que siempre favorecen la visibilidad de la modelo y el conjunto de ropa y accesorios. Priman los planos americanos y enteros, reforzando una idea de maniquí. Las posturas y gestos quitan la artificialidad a la modelo con la intención de captar a la lectora a través de una presencia amigable. El foco de las modelos comparte cierta correlación con la temática general de la revista (verano, romance, moda, cabello), pero no necesariamente con el titular principal. A veces pareciera que se presenta disociada la imagen de la modelo con el título de mayor tamaño tipográfico.

Si bien los textos tienen un gran peso visual, estos se distribuyen en la tapa de una manera similar en los tres ejemplos analizados, poniendo el foco en las modelos. La fotografía centra al referente femenino que tapa una pequeña porción del nombre de la revista, donde

se percibe la correlación entre los colores del texto y la vestimenta, mientras que los titulares se encargan de generar un contorno de información.

Los textos compiten entre sí y captan la atención de diferentes formas, sea por un recuadro, la posición vertical, el uso de signos de exclamación o interrogación, subrayado, y especialmente el uso de la tipografía. Se presenta como patrón el uso de familias de letras diferentes, y las propias variaciones dentro de una misma familia, tamaño y color, pero que tienen como factor común el pertenecer a la clasificación *Sans Serif*. Éstas son más legibles y tienen un acercamiento minimalista que da una sensación de moderno, actual, y novedoso.

La elección de colores no es azarosa y es también una forma de captar la atención de los destinatarios. El contraste entre los fondos y el color predominante en la vestimenta y maquillaje de la modelo se observa también en el nombre de la revista. No necesariamente tienen correlación con los tópicos tratados por los textos, pero la paleta elegida forma parte de lo que estipulan tendencia de moda en ese momento.

4. Contrato de lectura

El contrato de lectura que construye el enunciador en relación al destinatario es de complicidad, existe una relación simétrica de igualdad. Este contrato de complicidad se caracteriza por incluir a la destinataria en un universo de valores compartidos y marcar poca distancia.

Esto se puede ver a través de diversas operaciones enunciativas como: la utilización de interpelaciones directas hacia el destinatario (*Vos y él*) y el uso de un lenguaje común (*Crop top*). También, la revista asume que la destinataria es conocedora de las temáticas o del funcionamiento interno de la revista (*ADN y los 7*, secciones de la revista nombradas en las portadas). Se utilizan pronombres inclusivos (*El 8 de marzo es nuestro día*) e interrogaciones (*¿la compatibilidad ideal existe?*), lo que genera una impresión de diálogo.

Si bien la estrategia que funciona como marco del contrato es la del enunciador cómplice, resulta factible observar otra figura menos utilizada: se trata del enunciador pedagógico. Dicha figura se pone de manifiesto en la medida en que Para Ti se presenta como quien tiene el saber sobre ciertos temas y lo trasmite a la que no lo tiene (*Fiebre amarilla lo que hay que saber*).

II. Reflexiones finales

Ya no se discute que el ingreso de la mujer al mercado laboral ha dado un giro que no tiene vuelta atrás. A la par del hombre, la mujer hoy participa de la vida pública, trabaja y compatibiliza este ritmo social con el desempeño

afectivo - familiar, siendo madre en muchos casos.

A raíz del relevamiento (se analizaron más ejemplares que por falta de espacio no se desglosan en este escrito) surgió la hipótesis de que el estereotipo representado por la revista en sus portadas no refleja la vida real de una mujer que compatibiliza la vida laboral con la afectiva - familiar, significando este equilibrio un verdadero aporte social. En contraposición, sostenemos que la publicidad todavía representa a una mujer solitaria, extremadamente delgada, en posiciones o lugares que denotan poca ocupación del tiempo. Vemos cómo la pasión por la belleza perfecta o por el mundo del espectáculo se encuentra exacerbada, postulando todavía un ideal que no responde a la realidad de las lectoras. Es cierto que las revistas tienden a recrear un mundo de ficción, un aspiracional, y no son meramente informativas. Pero de allí a que el tema preponderante en la portada sea la belleza habla de una cierta subestimación de los intereses reales que sus lectoras podrían tener. Son disparadores de análisis que nos ayudan a seguir reflexionando si los medios de comunicación aportan a una sociedad más equitativa y sostenible o siguen reproduciendo estereotipos que no se ajusten a la realidad de la mujer contemporánea.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Angenot, M. (1982). *La parole pamphletaire, typologie des discours modernes*. Paris, Francia. Editorial Payot.
- Austin, J. (1982). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona, España. Editorial Paidós.
- Bajtín, M. (1993). *La evaluación social, su papel, el enunciado concreto y la construcción poética*. La Habana, Cuba. Editorial Criterio.
- Barthes, R. (2008). *El sistema de la moda y otros escritos*. Buenos Aires: Paidós.
- Bourdieu, P. (2011). *El sentido social del gusto, elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Siglo XXI.
- Echeverría, R. (2003). *Ontología del lenguaje*. Santiago de Chile, Chile. Editorial J.C. Sáez Editor.
- Jodelet, D. (1986) "La representación social: fenómenos, concepto y teoría" en: Moscovici, S (Ed.), *Psicología social II*. Barcelona, España. Editorial Paidós.
- Sontag, S. (2003). "Ante el dolor de los demás". Madrid, España. Editorial Alfaguara.
- Uzín, M. M. (2003). *Vacilaciones del género. Construcción de identidades en revistas femeninas*. Córdoba, Argentina. Editorial del Centro de Estudios Avanzados.
- Verón, E. (1993). *La semiosis social*. Barcelona, España. Editorial Gedisa
- Voloshinov, V. (1976). *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Nueva Visión.

MUJERES-NIÑAS-ADOLESCENTES EN LOS DIARIOS SANJUANINOS: LA REPRODUCCIÓN MEDIÁTICA DE LA DESIGUALDAD

Marcet, Graciela

DCC - FCS - UNSJ / gracielamarcet@gmail.com

Piacentini, Bianca

DCC - FCS - UNSJ / piacentini.bianca@gmail.com

Lucero, Gabriela N.

DCC - FCS - UNSJ / gabyLuc@hotmail.com

Palabras claves: comunicación; derechos; género; niñez

Este trabajo fue abordado con el objetivo de aportar al conocimiento sobre los procesos de producción de noticias en medios de comunicación social locales, en el marco del proyecto "Rutinas periodísticas y noticias sobre niñez y adolescencia en San Juan", aprobado por CICITCA – Consejo de Investigaciones Científicas y Técnicas y de Creación Artística (convocatoria 2018-2019). El interés estuvo puesto en evidenciar los temas y tratamientos por los que las mujeres-niñas-adolescentes aparecen en los medios de comunicación locales.

Concebimos a la comunicación como un proceso de producción de sentidos que se da en un contexto social determinado. Entendemos a los medios de comunicación social como participantes fundamentales en la construcción social de la realidad. Analizar desde el enfoque en derechos humanos y perspectiva de género los discursos que predominan sobre mujeres-niñas-adolescentes en los medios locales permitió identificar sentidos que producen y reproducen la desigualdad estructural y la diferencia colonial moderna. Este "enfoque", desde el punto de vista normativo, está basado en tratados internacionales de derechos humanos y está orientado a la promoción y protección de estos derechos. El enfoque de género como posicionamiento desde el cual investigar supone evidenciar desigualdades y una posible múltiple vulnerabilidad (multidimensional, interseccional) en la imagen estereotipada de mujeres-niñas-adolescentes.

A partir del estudio de cuatro meses de producción gráfica de tres diarios sanjuaninos, Diario de Cuyo, El Zonda y Diario Huarpe, se buscó dar respuesta a algunos interrogantes como: ¿Qué temas y tratamientos son los más recurrentes en los medios de comunicación locales

por los que aparecen las mujeres-niñas-adolescentes? ¿Estos contenidos fortalecen, sostienen o critican a la matriz colonial moderna? ¿La clase social, edades, género, modifican las expectativas sociales sobre el hecho de ser niña-adolescente?

Nos pareció fundamental partir de la idea de que la infancia-niñez es una construcción social e histórica, tal como afirma Eduardo Bustelo:

“Infancia, niñez, niños, niñas y adolescentes serán términos utilizados indistintamente para todos los menores de 18 años según lo define la Convención Internacional de los Derechos del Niño. Sin embargo, el uso de estas categorías no implica aceptar una temporalidad determinada sobre la infancia pues ésta es una construcción social e histórica”. (Bustelo, 2007, p.15)

Dimensionar la niñez como construcción social evidencia diversas tensiones que atraviesan hoy el ser niño/niña o adolescente y asumir que diversos paradigmas de la niñez se posicionan en ideologías nada ingenuas. Tal como dice Bustelo, la biopolítica del poder se expresa fuertemente en las relaciones de dominación sobre niñas, y sumamos, se dobla el esfuerzo cuando se trata de niñas o adolescentes mujeres o identidades sexuales no binarias. Las grandes instituciones del sistema (familia, escuela y medios de comunicación) se encargan de proponer y mantener una visión hegemónica de la niñez que incluye vínculos adultocéntricos y paternalistas. Existen así dos enfoques respecto a la relación social que involucra a niñas: la compasión y la inversión.

“En la compasión, los niños y niñas son objetivados como sostén de sentimientos y de programas. La compasión, movida sobre todo por la dramaticidad, anula los derechos y el fundamento de la ciudadanía”. (Bustelo, 2007, p.38)

Por otro lado, la inversión asume la niñez y adolescencia como rentabilidad futura:

“Esta es la versión utilitarista e individualista más pífida: es conveniente, en términos económicos, invertir en ‘capital humano’”. (Bustelo, 2007, p.43)

Estos enfoques adquieren más solidez en el marco de lo que Walter Mignolo reconoce como los ámbitos interrelacionados por los que se sostiene la matriz colonial del poder:

-La gestión y el control de la economía (apropiación de tierras y de recursos naturales, explotación del trabajo, la deuda externa).

-La gestión y el control de la autoridad (formas de gobierno, militarismo, derechos y relaciones internacionales, roles y simetrías de poder).

-La gestión y el control del género y la sexualidad (las representaciones de ‘mujer’, la heteronorma, el modelo de familia cristiano/evangélico como célula social).

-La gestión y el control del conocimiento y de la subjetividad (currículas de enseñanzas, los medios que generan y mantienen concepciones del mundo y forman subjetividades, la producción y circulación de conocimiento en instituciones académicas).

Ambos autores nos permitieron analizar contenidos de medios gráficos locales sobre la construcción de la niñez y adolescencia, sobre todo atendiendo a la desigualdad estructural que se da en los sentidos hegemónicos que circulan para hablar de mujeres-niñas-adolescentes.

En los análisis de los tres periódicos se tuvo en cuenta los contenidos por los que las mujeres-niñas-adolescentes eran protagónicas, evidenciado esto último en titulares, bajada, cuerpo de nota y/o imagen. Luego de una primera selección se realizó un cuadro de análisis que diera cuenta de tópicos, adjetivaciones, denominaciones, tipo de enunciación planteada, relaciones con secciones, entre otros puntos. Compartimos una primera aproximación sobre el análisis de estos contenidos:

-El genérico masculino que invisibiliza: es el caso más frecuente y reiterado. Mientras el contenido o la imagen que complementa la noticia es protagonizada por niñas, en el texto y titular se las denomina con el genérico masculino ‘niños’. Este tratamiento no sólo anula e invisibiliza a las mujeres niñas-adolescentes sino que las pone en calidad de ‘extras’ cuando aparecen en la historia ocupando el primer plano de la imagen.

-La visibilización en casos de abusos sexuales y la relación de parentesco: es el caso de contenidos publicados en la sección ‘Policiales’ que, en los casos de abuso sexual contra niñas y adolescentes, ponen el énfasis en la relación de parentesco, en una construcción que aporta dramatismo. Por lo general estos contenidos se quedan en el tratamiento factual y el detalle macabro, frente a la ausencia de una contextualización social que dimensione el problema.

-La plena identificación justificada desde la compasión: casos en los que la protagonista es identificada con nombre y apellido y en muchos casos con la imagen de su rostro, que se justifica mediante la compasión (pedidos de ayuda por salud, discapacidad, campañas de solidaridad).

-Visibilización colectiva en sección Deportes como inversión a futuro: un grupo de niñas-adolescentes suele protagonizar contenidos en esta sección como excepción a la frecuente ausencia. Motiva la noticia el haber ganado algún campeonato, medalla y ser acreedora/s de garantía de futuro en alguna rama deportiva.

Estos tratamientos mediáticos evidencian sentidos que

promueven la objetualidad de la niñez y adolescencia y anulan toda posibilidad de asumir a niños, niñas y adolescentes como sujetos plenos de derechos. Discursos que legitiman y normativizan un modelo hegemónico y heteronormado de niñez y adolescencia, en donde la gestión y el control del género se manifiesta de distintas maneras.

Bibliografía

- Arrueta, C. (2010). *¿Qué realidad construyen los diarios? Una mirada desde el periodismo en contextos de periferia*. Buenos Aires, Argentina. La Crujía.
- Bach Arús, M., Altes Rufias, E., Gallego, J., Plujá Calderón, M., Puig, M. (2000). *El sexo de la noticia: Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo*. Barcelona, España. Icaria Editorial.
- Berger, P., Luckmann, T. (2001). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Argentina. Amorrortu editores.
- Bustelo, E. (2007). *El Recreo de la Infancia. Argumentos para otro comienzo*. Buenos Aires, Argentina. Siglo XXI.
- Chaher, S., Santoro, S. (2010). *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo de género*. Buenos Aires, Argentina. Artemisa Comunicación Ediciones.
- Mignolo, W. [et.al.]. (2014). *Género y descolonialidad*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Del Signo.
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Buenos Aires, Argentina. Gedisa.
- Verón, E. (1987). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires, Argentina. Gedisa.

GÉNERO, CIBERCULTURA Y CULTURA DE MASAS: UN ARCHIVO DIGITAL DE REVISTAS FEMENINAS DE LA DÉCADA DEL '60 EN ARGENTINA

Schaufler, María Laura

FCE – UNER / archivogsex60@gmail.com

Palabras claves: archivo, cultura digital, cultura de masas, historia cultural, géneros y sexualidades

Cultura de masas en la cultura digital: un trabajo de archivo

“Creo conveniente vagar a través de los archivos”
Darnton, 1987: 12.

Si bien una de las notas que distinguen a las sociedades contemporáneas en la era de internet es la disponibilidad y acumulación de la información, muchos materiales continúan en el olvido, pues no se los ha seleccionado como un archivo merecedor de ser resguardado. Tal es el caso de las revistas y la prensa de masas de mediados de siglo que acaban muriendo en cajas o anaqueles carcomidos por la humedad y el paso del tiempo. La digitalización en estos casos puede ser una salida viable a través de la confección de archivos que rescaten estos rastros culturales del pasado, estos documentos de la historia cultural y mediática.

El proyecto de acción de extensión cultural y socio-educativa “Archivo Hemerográfico: Géneros y sexualidades en revistas de la década del ‘60 en Argentina” (Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos) se orientó a producir un archivo hemerográfico digital online, como reservorio cultural y banco de conocimientos accesible, inexistente en las bibliotecas de las facultades de la región sobre géneros y sexualidades en revistas de la década del ‘60 en Argentina.²¹

El trabajo tuvo como antecedente la investigación doctoral: “La construcción del erotismo en revistas femeninas de la década del ‘60 en Argentina” (Schaufler, 2016) y se dirigió a sistematizar y extender uno de sus resultados referido a la confección de un extenso corpus de artículos de revistas de la década sobre los tópicos de géneros y sexualidades, cruciales para investigaciones contemporáneas en estudios culturales, comunicación y cultura y estudios de géneros.

La propuesta implicó la digitalización, conformación de archivo y fichaje del material periodístico histórico, teniendo en consideración que la década del ‘60 fue crucial en el siglo XX (Gilman, 2003; Pujol, 2002; Kosak, 2006), como inflexión en los discursos y figuraciones de géneros y sexualidades, que conformaron imaginarios y marcaron las siguientes décadas hasta la actualidad (Preciado, 2010; Cosse, 2006, 2010; Barrancos, 2010; Felitti, 2012).

21 El equipo estuvo conformado por: Dra. María Laura Schaufler -directora-; Dra. Leila Passerino -codirectora-; Dra. Florencia Rovetto como asesora externa; Lic. Diana Deharbe y Lic. Delfina Belli -graduadas de la carrera de Comunicación Social- y las estudiantes Noelia Schaaf; María Luisina Zitelli; Yamila Suárez; Lucila Cabrera.

El proyecto confeccionó un archivo hemerográfico digitalizado accesible en conexión con la plataforma web de la Facultad de Ciencias de la Educación y la Universidad Nacional de Entre Ríos, disponible para consulta, organizado con fichas hemerográficas. Esta producción de archivo mediático y cultural implicó un trabajo de edición y diseño a través de un equipo interdisciplinario, proveniente de diferentes carreras que si dictan en la Facultad: Licenciatura y Profesorado en Comunicación Social; Tecnicatura en Gestión Cultural y Tecnicatura en Producción Editorial. La labor supuso un proceso dialógico de intercambio de saberes entre integrantes del equipo, sobre metodologías de investigación socio cultural y mediatizaciones, comunicación social, estudios de géneros y sexualidades, diseño editorial y gestión cultural. Como recursos y potencialidades asociadas se valoraron los saberes, prácticas y conocimientos interdisciplinarios de los campos de la Comunicación Social, Comunicación Visual, Producción Editorial, Seminarios de Tesinas, Metodologías de la Investigación Social, Gestión Cultural y Ciencia Política del equipo convocado para la Acción. El diseño del archivo como acervo mediático, cultural e histórico, involucró prácticas de metodología de la investigación social y de confección de corpus empíricos para el diseño de tesinas en estudios de géneros y sexualidades.

Los artículos, notas, publicidades, novelas que componen el acervo funcionan como patrimonio de la cultura de masas y reservorio o banco de conocimientos socioculturales, mediáticos e históricos relativos a los géneros y sexualidades. La digitalización y edición de este material de archivo hemerográfico permite en su versión digital su acceso a todxs lxs estudiantes, docentes, graduados de las comunidades académicas involucradas, como así también su difusión en espacios de activismo feminista, centros de investigación y unidades académicas de otras Universidades, ya que el material se presenta como un reservorio crucial para los actuales estudios de géneros y sexualidades.

Los artículos, notas, publicidades, novelas que componen el acervo funcionan como patrimonio de la cultura de masas y reservorio o banco de conocimientos socioculturales, mediáticos e históricos relativos a los géneros y sexualidades. La digitalización y edición de este material de archivo hemerográfico permite en su versión digital su acceso a todxs lxs estudiantes, docentes, graduados de las comunidades académicas involucradas, como así también su difusión en espacios de activismo feminista, centros de investigación y unidades académicas de otras Universidades, ya que el material se presenta como un reservorio crucial para los actuales estudios de géneros y sexualidades.

Las discursividades acerca de los placeres en relación a los cuerpos, la sexualidad y las relaciones amorosas en las revistas femeninas y de actualidad de los '60 comprenden tanto textos como imágenes, entendiendo a estas últimas

como figuraciones (Traversa, 1997, 2007), resultados de procesos semiotización de una cultura y una época determinada. Sin recaer en una idea de transparencia semiótica, donde una representación aparecería como un signo que se instaura como el doble de una presunta realidad, debe pensarse el modo en que estas involucran un referente que puede ser real o imaginario, o incluso otra representación (Barthes, 1985). Lo que importa es el carácter estratégico y político de la figuración en el marco de un régimen perceptivo, en la lucha simbólica por la definición de un erotismo propio de la especificidad cultural de la época.

El archivo resultante de este trabajo de investigación se compone de publicaciones del período que cubrían un universo de lectores amplio y que han sido escasamente abordadas como materiales de análisis por otras investigaciones: la revista *Femirama* de Editorial Codex surgida en 1963, *Maribel* y *Chabela*, surgida en 1931 y 1935, de Editorial Sopena, *Para Ti* de Editorial Atlántida, surgida en 1922. La otra revista de gran circulación en la época era *Claudia*, de Editorial Abril, surgida en 1957. Como unidades referenciales se seleccionaron “textos e imágenes prescriptivas”, es decir que, sea cual fuere su forma, su objeto principal es proponer una norma de conducta; “textos prácticos” (Foucault, 1984) o performativos, que pretenden dar reglas, opiniones, consejos de comportamiento. Estas unidades forman parte asimismo de cinco géneros discursivos donde es posible abordar, en los elementos textuales e icónicos, el espectro de significaciones y las disputas simbólicas acerca del erotismo, los géneros y sexualidades: (1) el correo de lectoras o correo sentimental (“*Correo del Corazón*” y “*En voz baja*” de la revista *Maribel*, “*Secreto de Confesión*” en *Para Ti*; “*Los Especialistas Contestan – Cuestiones sentimentales*” en *Femirama*, etc.); (2) los artículos especializados referidos a la sexualidad, en general, a cargo de expertos como médicos o psicólogos; (3) artículos sobre el amor y los test “confidenciales”; (4) publicidades que exponen símbolos eróticos destinados al consumo; (5) notas periodísticas acerca de las vidas privadas de celebridades. La selección se realizó en función de la disponibilidad y acceso a los materiales, y apuntó a saturar la variabilidad de las significaciones construidas acerca del erotismo, en relación al cuerpo y los placeres, la problematización del comportamiento sexual y amoroso vinculado al orden de género de la época.

Todo archivo pone en juego un trabajo de análisis, categorización, ordenamiento y valoración. El proyecto de acción de extensión cultural y socio-educativa se abocó a la producción digital y accesibilidad web de un archivo hemerográfico inexistente en las bibliotecas de las facultades de la región sobre la temática de géneros y sexualidades en revistas de la década del '60 en Argentina. Si bien estos materiales no sirven para tipificar el pensamiento de la década, sirven para adentrarnos en

algunos debates y construcciones de sentido acerca de los géneros y sexualidades que continúan funcionando hasta la actualidad y dejaron su rastro en la cultura erótica.

Bibliografía

- Barrancos, D. (2010) *Mujeres en la Sociedad Argentina. Una historia de cinco siglos*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Barthes, R. (1993) *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós (Versión original: 1985).
- Cosse, I. (2010) *Pareja, sexualidad y familia en los años sesenta. Una revolución discreta en Buenos Aires*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Darnton, R. (1987) *La gran matanza de gatos y otros episodios en la historia de la cultura francesa*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Felitti, K. (2012) *La revolución de la píldora: sexualidad y política en los sesenta*. Buenos Aires, Edhasa.
- Gilman, C. (2003) “Los sesenta / setenta considerados como época”, en: *La pluma y el fusil*. Buenos Aires: Siglo XXI. Pp. 35-56.
- Kosak, C. (2006) “Los 60”, en Ricci, P. (et.al.) *Cuando los 60 fueron jóvenes. Literatura y política en la década del '60*. Paraná: Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos. Pp. 167-169.
- Preciado, B. (2010) *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad en 'Playboy' durante la guerra fría*. Barcelona: Anagrama.
- Pujol, S. *La década rebelde. Los años 60 en la Argentina*. Buenos Aires: Emecé, 2002.
- Schauffler, M.L. (2016) *La construcción del erotismo en revistas femeninas de la década del 60 en Argentina*. Tesis doctoral en Comunicación Social. Repositorio Hipermedial UNR. Disponible en: <https://rephip.unr.edu.ar/handle/2133/8514>
- Traversa, O. (1997) *Cuerpos de Papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918-1940*. Barcelona: Gedisa.
- Traversa, O. (2007) *Cuerpos de Papel II. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1940-1970*. Buenos Aires: Santiago Arcos.

DESIGUALDAD EN LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA: EL INTENTO DE CREAR UN HOLLYWOOD “FEMINISTA”

Pavón, Noelia

FCC - UNC / noeapavon@gmail.com

Molina, Constanza

FCC - UNC / molinar.constanza@gmail.com

Pedraza, Candela

FCC - UNC / candelapedraza99@gmail.com

Palabras claves: cine; género; interseccionalidad; igualdad; representación

Nuestro trabajo se centra en Hollywood y el papel que otorga a las mujeres que se desempeñan en sus producciones, tomando en cuenta no solo aquellas que se encuentran frente de la pantalla sino también a las que están detrás de la misma en tareas técnicas y de producción. Consideramos relevante realizar este análisis ya que debido a las constantes críticas hacia la industria del cine sobre ser un espacio machista, racista y discriminador las respuestas han sido superproducciones que pretender paliar dichas problemáticas pero que en realidad solo funcionan para desviar el foco de las problemáticas importantes.

Lo que motivo nuestra investigación fue el reciente estreno de *Capitana Marvel*, una película basada en una superheroína producida por Marvel y Disney, quien compro los derechos de la primera compañía. El problema con dicha película es que su estrategia de marketing fue posicionarla con una producción aparentemente *feminista*, pretendiendo así olvidar décadas de opresión y desigualdad. Sin embargo, comprobamos que dicho film distaba mucho del feminismo que esperábamos ver en pantalla, con personajes cliché, una protagonista que encaja en el prototipo hegemónico de mujer y muchas referencias innecesarias al *girl power* (o poder femenino); pero ninguna representación realmente inclusiva.

Desde ese punto decidimos encarar nuestro trabajo en analizar otras grandes producciones que proponen temas relacionados con la igualdad de género pero que siguen sin brindar una respuesta esperada a la problemática. A su vez, utilizamos un estudio realizado desde 2007 hasta 2018 por la Universidad del Sur de California, en el que mediante el análisis de 900 películas, analizaron la equidad en la industria del cine o, mejor dicho, la falta de ella.

Mediante la observación de las diferentes propuestas audiovisuales y con los datos recabados por la Iniciativa Annberg de la Universidad del Sur de California que mencionamos anteriormente, realizamos nuestro propio análisis sobre la igualdad de género en la industria cinematográfica acompañándonos con las propuestas teóricas de Judith Butler y María Lugones, dos sociólogas especializadas en género.

Respecto a Judith Butler, consideramos muy importante su estudio genealógico de las estructuras jurídico políticas del lenguaje y la política que sostienen y legitiman el campo actual del poder (el modelo androcéntrico y falocéntrico), especialmente el concepto de “mujeres” como sujeto representante del feminismo. En este sentido, la autora afirma que la teoría feminista ha tomado el concepto de “mujer” no solo como el sujeto para el cual se procura la representación política sino como aquel que representa a una identidad común. Contrario a lo que se cree, esta identidad común que se pretende lograr está sostenida por diversas prácticas excluyentes producto del mismo sistema jurídico político del cual se intenta emanciparse. Como menciona la autora, “las mismas estructuras de poder mediante las cuales se pretende la emancipación crean y limitan la categoría de ‘las mujeres’ dentro del feminismo” (Butler, 2007, p. 48). Así, es importante resaltar la doble función que posee el poder: la función legitimadora y la función productora, lo que significa que es ese mismo sistema jurídico el que crea los sujetos que luego va a representar: no existe un sujeto anterior a la ley.

Además, y en consonancia con los planteos de Lugones, Butler afirma que “la ‘especificidad de lo femenino’, una vez más, se descontextualiza completamente y se aleja analítica y políticamente de la constitución de clase, raza, etnia y otros ejes de relaciones de poder que conforman la ‘identidad’ y hacen que la noción concreta de identidad sea errónea” (Butler, 2007, p. 51).

María Lugones retoma esta crítica de Judith Butler e introduce su noción de *interseccionalidad*, ya que aunque considera que en esta modernidad eurocentrada capitalista, todos somos racializados y asignados a un género, no todos somos dominados o victimizados en el proceso. “El proceso es binario, dicotómico y jerárquico (...) las categorías han sido entendidas como homogéneas y que seleccionan al dominante, en el grupo, como su norma...” (M. Lugones, 2008, p. 82). Dirá que cuando género y raza se conceptualizan como categorías separadas unas de otras se invisibiliza la opresión que sufren las mujeres negras ya que “... ‘mujer’ selecciona como norma a las hembras burguesas blancas heterosexuales, ‘hombre’ selecciona a los machos burgueses heterosexuales, ‘negro’ selecciona a machos heterosexuales negros...” (M. Lugones, 2008, p. 82).

Para lograr un estudio certero de la dominación existente sobre las distintas identidades, es necesario estudiar a categorías como género, raza y clase como ejes que

interactúan en múltiples niveles de manera simultánea. Si esperamos entender la opresión que sufren las mujeres negras debemos, en primer lugar, diferenciarla de la que sufren las mujeres blancas burguesas heterosexuales; y, para que ello ocurra, es necesario tener en cuenta esta interseccionalidad existente entre género y raza, dos categorías pensadas por separado pero que en la realidad operan en conjunto.

Para trabajar elegimos una serie (*The chilling adventures of Sabrina*) y tres películas (*Erin Brockovich*, *The Help* y *He’s just not that into you*) que consideramos son un claro ejemplo de cómo estas críticas de Butler y Lugones se plasman en este *dentro* de pantalla.

Luego de nuestro análisis, llegamos a la conclusión que si la industria del cine realmente tiene intenciones de eliminar la desigualdad de género, debe dejar de tapar con grandes producciones el trasfondo real de la cuestión. Para poder jactarse de ser realmente feminista necesita eliminar la brecha salarial de sus películas; incluir mujeres en todos los procesos de producción (no solo en maquillaje y vestuario); y, sobre todo, otorgarles la oportunidad de crear y contar sus propias historias desde su propia perspectiva.

Bibliografía

- BUTLER, Judith (2007) *Géneros en Disputa*, Barcelona, Paidós, pp. 35-99
- LUGONES, María (2008): “Colonialidad y género”. *Revista Tabula Rasa*, núm. 9, julio-diciembre, 2008, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Bogotá, Colombia pp. 73-101
- SMITH Stacy, CHOUËITI Marc, y PIEPER Katherine (2019). “Inequality in 1.200 Popular Films: Examining Portrayals of Gender, Race/Ethnicity, LGBT, and Disability from 2007-2018”. *Annenberg Inclusion Initiative*. Los Ángeles, CA, EEUU. Universidad Del Sur de California.

LA INTERACTIVIDAD EN MEDIOS LOCALES A PARTIR DE LA PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE LEGALIZACIÓN DE LA IVE EN 2019

Juarez, Miquela

UNCom /juarezmiquela@gmail.com

Palabras claves: comentarios; Facebook; Interrupción voluntaria del Embarazo; interactividad; periodismo digital, aborto

Los medios digitales encuentran en las plataformas Instagram, Facebook y Twitter la posibilidad de alcanzar nuevas audiencias o crear una comunidad de lectores usuarios con las herramientas que permiten la interactividad. A través del contenido publicado en estos espacios, los usuarios tienen las opciones de reaccionar, comentar, responder y compartir el mismo dependiendo de cada plataforma.

Este trabajo pretende analizar desde distintos aspectos las interacciones en estas plataformas de los diarios LMNeuquén y Río Negro. La muestra se tomó sobre las publicaciones relacionadas a la octava presentación del proyecto de ley para la Interrupción Voluntaria del Embarazo el 28 de mayo de 2019.

El proyecto tuvo una gran repercusión el año pasado en distintos medios. Las coberturas se volvieron más profundas y el aborto empezó a ser tema de conversación en distintos espacios (Spataro, 2018: 3). El año pasado el proyecto fue aprobado en instancias de Diputados pero rechazado en Senadores. Durante toda esta espera hubo distintas actividades que fueron reproducidas por los medios y generaron diversas reacciones por parte de los lectores usuarios.

A continuación se presentan cuáles son los antecedentes tomados, la metodología utilizada y los resultados obtenidos.

Antecedentes

Para trabajar la metodología se tuvo en cuenta el artículo: “La interacción de las audiencias con las noticias en los portales digitales de los principales diarios de Perú” de

Tomás Atarama y Rosa Zeta de Pozo (2018). En este trabajo hicieron un análisis sobre el comportamiento de las audiencias en el contenido publicado en tres sitios web de diarios de Perú. Entre sus conclusiones sobre los comentarios, aseguran que existe una lógica y coherencia en los mismos, pero hay poca argumentación. A pesar de la participación respetuosa, no se crean intercambios y no introducen matices en el debate, ni tampoco buscan respuestas de otros comentaristas.

Por otro lado, tomamos el trabajo de Ezequiel Maccarone (2016) “In-comunidad: El uso de Facebook en un multimedio regional” donde estudió la interactividad comunicativa entre usuarios y Prima multimedios. Destacó distintos aspectos a analizar como temas, horarios de publicación, uso de recursos multimediales e hipertextuales, y las acciones de la audiencia en Facebook: compartir, comentar y reaccionar. De estas últimas realizó un análisis cuantitativo que fue tomado para trabajar de forma similar en el presente trabajo.

También trabajamos con el texto “Interactividad y audiencia en los periódicos digitales. Estudio de tres medios mexicanos” de Leticia Castillo Quiñonez (2014). En su investigación analizó cómo son las participaciones de las audiencias en los medios. Una de sus conclusiones fue que “los espacios participativos de estos medios operan como un lugar de expresión para las audiencias y son una oportunidad de retroalimentación para los medios de comunicación” (Quiñonez, 2014, p. 24).

Por último, el artículo con el que trabajamos en relación al tema elegido es “Construcciones discursivas sobre la ley del aborto en la Argentina durante los debates parlamentarios de 2018” de Claudia López Barros (2018). En el mismo analizan cómo fueron las mediatizaciones de los debates en Diputados y Senadores en cuatro medios: Página/12, Crónica, Clarín y La Nación. En el trabajo puede reconocerse cómo los medios refuerzan pactos de lecturas.

Metodología utilizada

Para trabajar con las interacciones, tomamos muestras en las cuentas de LMNeuquén y Río Negro de Instagram, Twitter y Facebook de los contenidos publicados relacionados con la presentación del proyecto de ley.

En estas plataformas analizamos distintos aspectos. En el caso de Facebook, se midieron de forma cuantitativa las reacciones (me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece y me enfada) y los compartidos. En el caso de Twitter se midieron de la misma forma la cantidad de “me gusta” y retuits. Con la plataforma de Instagram se iba a trabajar de la misma forma pero no

hubo publicaciones de estos medios al respecto.

También analizamos los comentarios siguiendo el cuadro “Elementos cualitativos para medir la calidad de los comentarios” de Zeta del Pozo y Atarama Rojas (2018). Este determina el análisis en cuatro puntos: lógica y coherencia, búsqueda cooperativa de la verdad, la posibilidad de establecer un acuerdo basado en el mejor argumento, y motivación del participante del diálogo. De éstas, tomamos las tres primeras y añadimos otras: Objeto de la nota, Elementos multimediales y otros recursos expresivos en el comentario (videos, imágenes, gifs, stickers, emojis y Hashtags), interacciones con los comentarios (reacciones y respuestas a los mismos), y posiciones frente al debate de la IVE (en contra de la ILE, posiciones intermedias y a favor).

Interacciones en las publicaciones el día de la muestra

En la plataforma Instagram, ninguna de las cuentas de LMNeuquén (@lmneuquen) y Río Negro (@rionegrocomar) realizó publicaciones sobre el tema.

En Twitter, la actividad fue distinta. @lmneuquén publicó un solo tuit que fue una expansión de la nota “Masivo pañuelazo y marcha por la presentación del nuevo proyecto para legalizar el aborto”. Este tuit tuvo en total de ocho retuits y 29 “me gusta”. No tuvo respuestas..

En cambio, en la cuenta del diario digital Río Negro (@rionegrocomar) hubo siete tweets: cinco son expansiones de noticias, otro es un video explicativo de los principales puntos del proyecto modificado y el restante es una encuesta. En total tuvieron seis retweets, 26 “me gusta” y cuatro respuestas. La encuesta planteaba: “#DiarioRNPregunta: Hoy se presentará una vez más el proyecto de ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo en el Congreso Nacional. ¿Crees que los candidatos deberían fijar posición sobre la despenalización del #aborto?”. Tuvo 64 votos entre las opciones “sí” y “no”. Este llamado a la acción de usuarios tuvo una respuesta, un retweet y un “Me gusta”. En el gráfico 1 se muestra la comparación entre las interacciones en cada cuenta

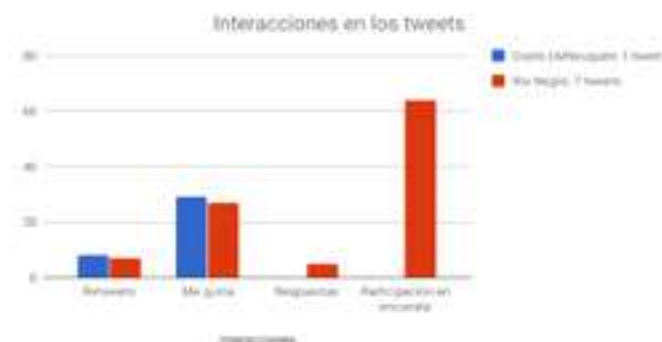


Gráfico 1. Fuente: elaboración propia

En Facebook, el diario LMNeuquén no hizo publicaciones ese día. A diferencia de éste, en la página del Río Negro, las publicaciones fueron seis: tres expansiones de notas, un video original y otro compartido de una cuenta, y una transmisión en vivo. Respecto a las reacciones (me gusta, me encanta, me divierte, me sorprende, me entristece y me enfada) hubo un total de 4295. Donde predominó el “me enfada” (1548). Todas las reacciones fueron utilizadas en las publicaciones en menor medida. La opción de compartir fue usada 247 veces. En el caso de los comentarios, el total fue de 2516. La publicación que más “compartir” y comentar” tuvo fue la transmisión en directo titulada “Comenzó el pañuelazo en Neuquén para acompañar la presentación del proyecto”: 65 compartidos y 1352 comentarios. En el gráfico 2 se muestran en porcentaje el uso de las reacciones.

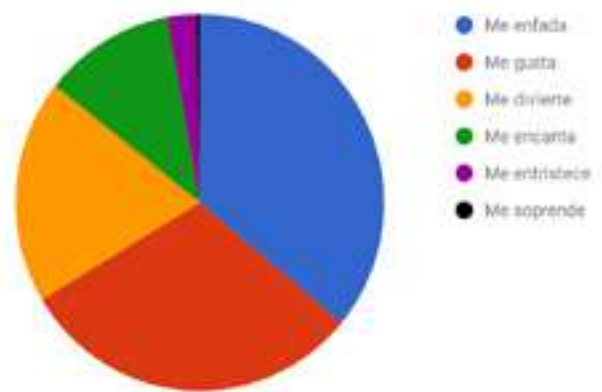


Gráfico 2. Fuente: elaboración propia

Análisis de los comentarios

Según los autores, “la lógica y la coherencia de una conversación se establecen, entre otros elementos, en el hecho de si los que hablan se centran en el tema que es objeto de debate.” (Zeta de Pozo y Atarama Rojas, 2018, p. 13), y si sostiene su opinión con algún argumento.

En la cuenta oficial de Twitter del diario Río Negro la mayoría de las respuestas se centraron en el tema del debate pero no se hallaron argumentos donde justifiquen sus posiciones.

En Facebook, las personas no se centraron estrictamente en lo que publicó el medio sobre el tema, pero sí eligieron hablar de otros aspectos que rondan el punto central de debate: el aborto. No fue común el uso de argumentos para reforzar sus puntos de vista. Sin embargo, hay comentarios que sí lo hacen: los argumentos tienden a sostener posiciones en contra del aborto, aparece constantemente la idea que no hay que pedir aborto legal “porque nos podemos cuidar”, que las mujeres y disidencias “son asesinas por querer matar a un niño indefenso”, entre otros.

Bajo el análisis de la “búsqueda cooperativa de la verdad”, intentamos reconocer si los comentarios fueron hechos con respeto. También se tuvo en cuenta si introdujeron matices nuevos al debate, si buscaban una nueva respuesta del hablante y si quisieron construir un acuerdo. Finalmente si coincidieron con el punto de vista del diario.

En Twitter, los dos comentarios visibles fueron hechos con tolerancia. También hay una pregunta hecha: “Nadie piensa en los derechos de los médicos?”.

Los comentarios de la muestra en Facebook tienden a ser por leve mayoría respetuosos. Sin embargo, hay varios que son agresivos: “prostitutas aborteras genocidas”, “les quemaría la zorra una por una”, “porque no tragan el jugo del hombre y se olvidan de abortar”. Por otro lado, no fue común que los comentaristas busquen respuestas, pero quienes lo hicieron en su mayoría iban dirigidas a mujeres y disidencias a favor de la ILE: “¿Tanto cuesta cuidarse?”, “¿por qué no hacen marchas para pedir castración a violadores?”. Respecto a los matices que se introducen al debate, entre las que más se repitieron se encuentra el caso de la joven de Cipolletti (Río Negro) a la que se le fue negado continuar con un aborto no punible. También, se habla del papel de “La Revuelta” (colectiva feminista de Neuquén) como promotora de abortos clandestinos; el apoyo de las Madres de Plaza de Mayo; entre otros. Por otra parte, está clara la construcción de una mayoría: muchos comentarios estuvieron en contra del proyecto. Finalmente, algunos comentaristas eligieron expresar su descontento con el medio: “Diario Río Negro vamos a ver si vas a estar tan atento a las publicaciones del 8 de junio en favor de las dos vidas; ustedes están para informar no para desinformar ni in-comunicar”; “diario abortero le das más pantalla a estas resentidas que no cabe duda que algún chequecito les debe llegar desde el norte”.

Por otra parte, con “Un acuerdo basado en el mejor argumento” buscamos reconocer si utilizaron argumentos de otros comentarios y si mencionaron alguna fuente de información.

En el caso de Twitter, no se hallaron intervenciones con uso de argumentos tomados de otros comentarios previos, ni tampoco de fuentes de información.

En Facebook no fue común que se retomen argumentos de otros participantes. Pero los que se repitieron tienen que ver con la idea de cuidarse para no llegar a necesitar aborto legal; la responsabilidad de los médicos tomando como referencia el juramento hipocrático, y por último el definir a las mujeres a favor de la ILE como asesinas de inocentes. Por otro lado, son pocas las personas que usaron fuentes de información. Incluso se presentó reiteradas veces el caso de personas que dejan un link pero ningún comentario al respecto. Las fuentes que se utilizaron son de Twitter, sitios de noticias, el proyecto

para la ILE, y publicaciones de Facebook. Todas las fuentes utilizadas son cercanas a la mayoría de los puntos de vista expuestos.

Respecto a los objetos de los comentarios, hubo varios que se repiten. En su mayoría tenían que ver con la temática general: el aborto. Sin embargo, fueron por distintas aristas: la más utilizada fue la crítica a mujeres y disidencias a favor de la ILE, le siguen comentarios que plasman consignas en contra de la ILE, luego, las críticas a la campaña en sí o al nuevo proyecto. Por otro lado, también hay personas que comentaron reflexiones personales sobre el tema. En menor cantidad se encontraron las críticas al diario y al contenido, las consignas a favor de la ILE y el tomar como objeto de burla distintos aspectos de la campaña, entre otras.

Por otra parte, con respecto a los “Elementos multimediales y otros recursos expresivos en el comentario” se pueden extraer diversas conclusiones. En Twitter no se utilizaron. Pero en Facebook las imágenes estuvieron presentes en muchos comentarios. Además de plasmar una postura, hubo ilustraciones con consignas de la campaña o en contra de la misma. También, historietas que tomaron como objeto de burla principalmente a las mujeres y disidencias a favor de la ILE. Por último, fotos que contenían argumentos para sostener sus posiciones. Respecto a los gifs y videos, fueron elegidos con el fin de argumentar o posicionarse en contra de la campaña, pero no tuvieron gran uso. Por ejemplo, una persona compartió un video sobre la Madre Teresa de Calcuta, referente en la religión católica, sobre su postura en el debate.

Respecto a los emojis se puede afirmar que los corazones celestes ya forman parte de las consignas propuestas por personas en contra del proyecto. Esto sucede igual con los corazones verdes y las personas a favor. Estos emojis no solo acompañaban comentarios en Facebook sino que también los publicaron solos, con lo que se podía interpretar la posición en el debate.

El uso de hashtags apareció en bastantes comentarios de la plataforma. Los que más se repitieron son #noseráley, #noesno, #seraley, #sialavida, entre otros.

En relación con las “Interacciones entre los comentarios”, se analizó en Facebook las reacciones y respuestas que otros usuarios lectores hacían a comentarios ya publicados. Predominó el “me gusta”, “me divierte” y “me encanta”. Los comentarios que más reacciones tuvieron eran de la primer noticia volcada en la plataforma: una imagen con hashtags en contra del proyecto tuvo 70 reacciones y una foto de la página en apoyo al ginecólogo Leandro Rodríguez Lastra, quien se negó a continuar el aborto no punible, tuvo 49 reacciones y 20 respuestas. También hubo un comentario que tuvo 20 respuestas:

“Será ley”. Es importante destacar que no fue una práctica común responder comentarios, sin embargo hubo algunos que generaron importantes debates.

Conclusiones.

Las posiciones sobre la IVE fueron determinantes según lo que se fue percibiendo en los comentarios. Hay una clara polarización donde las posturas intermedias casi no están presentes. Quienes están a favor del proyecto hicieron muy pocos comentarios y no tendieron a argumentar su posición. Las personas en contra del proyecto tuvieron una importante participación en las publicaciones relacionadas al tema en la muestra tomada. Construyen un común acuerdo y expresan sus posturas en argumentos similares. Sin embargo, no todos los comentarios expresan respeto, sino que muchos son agresivos.

Por otro lado, es importante reconocer que las reacciones fueron en su gran mayoría “me enfada”, pero que se destaca el uso de todas, aún reconociendo que “me gusta” es la primer opción que presenta Facebook en su interfaz y la que más suele utilizarse. No obstante, si se suman el resto de reacciones -me divierte, me encanta, me sorprende- podría concluirse que las reacciones positivas superan a las negativas.

Bibliografía

Barros, C. (2018) *Construcciones discursivas sobre la ley del aborto en la Argentina durante los debates parlamentarios en 2018*. Buenos Aires, Argentina: Sociales en debate. Recuperado de: <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/socialesendebate/article/view/3352/2749>

Maccarone, I. (2017). *In-comunidad: El uso de facebook en un multimedio regional*. General Roca, Argentina: tesis de grado de la Universidad Nacional del Comahue.

Spataro, C. (2018). *Marea verde. Lo que el debate nos dejó*. Buenos Aires, Argentina: Sociales en debate. Recuperado de: <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/socialesendebate/article/view/3356/2753>

Ure, M (2017) Engagement estratégico y encuentro conversacional en los medios sociales. Argentina: Revista de Comunicación. Recuperado de: <http://revistadecomunicacion.com/es/articulos/20181/10textArt.html>

Zeta De Pozo, R. y Atarama Rojas, T. (2018). *La interacción de las audiencias con las noticias en los portales digitales de los principales diarios de Perú*. Perú: Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication. Recuperado de <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.2.2>



EJE N°5



Comunicación y salud

NARRATIVAS CONTRAEXPROPIATORIAS PARA LA DEFENSA DEL AGUA COMO DEFENSA DE LA VIDA

Cabral, Ximena

FCC - UNC / xcabral@unc.edu.ar

Esta ponencia retoma parte del trabajo de tesis doctoral que desarrolla una propuesta teórico metodológica para abordar la acción colectiva desde una mirada geopolítica y, al mismo tiempo, a partir de vías de indagación que superen el análisis de la acción desde las demandas o restringido a las oportunidades políticas para indagar la protesta social y la acción colectiva a partir de su expresividad dentro de las disputas por los bienes naturales comunes en la región.

En esa línea, busque observar y analizar en los procesos de enmarcado las pugnas de sentido en torno al agua en la provincia de Córdoba dentro de las continuidades, rupturas y tensiones en los diferentes ciclos y campos conflictuales entre el momento de privatización del agua y la dolarización de sus tarifas (eje recuperación y acceso agua-saneamiento) hasta el crecimiento del modelo extractivista y la introducción de la sojización de los territorios (eje defensa del agua como bien común y posibilidad de vida). Para esta instancia, me propongo aquí reflexionar sobre la posibilidad de dialogo entre los campos de la comunicación, de la protesta social y las claves para situar las problemáticas socioambientales como preocupaciones de la salud colectiva y para el desarrollo de la vida.

Dentro de una primera intención, indagar sobre cuáles eran los sentidos en disputa y como desde los propios actores construían sus propios marcos interpretativos en torno al agua como defensa de la vida, nos llevó a cruzar los límites del campo clásico de la acción colectiva y los dos paradigmas en consideración –el europeo y el americano- para plantearnos una lectura desde las producciones latinoamericanas desde una semiopraxis crítica en escenarios neocoloniales.

La posibilidad de contar como corpus un material de casi 300 imágenes fotografiadas por los sujetos de la protesta y la de los medios de comunicación alternativos que creciendo fuertemente tras la crisis del 2002, implicó a una apuesta teórico metodológica en la forma pensar las vías de indagación y los materiales en juego y cuáles son los diferentes soportes y escenarios de comunicación que se ponen en danza.

En una primera instancia, la dificultad de poder sistematizar el material periodístico a partir de diarios

nacionales o provinciales muestran las limitaciones de este tipo de registro para la reconstrucción de la protesta y el conflicto social. Las mediaciones mediáticas en el abordaje de las protestas sociales con actores emergentes no institucionalizados son *invisibilizadas, espectacularizadas y/o estigmatizadas* dentro de los medios de prensa hegemónicos²².

En ese sentido, fue a partir de la experiencia de campo, que he observado un subregistro de la conflictividad en torno a la lucha por el agua o la presencia de una construcción fragmentada, reduccionista y parcializada de estos fenómenos²³, cuestión que motivó a la realización de la propia tesis a partir de un completo y complejo trabajo de documentación y construcción de un archivo propio para poder indagar las propias perspectivas y sentidos puestos en consideración desde los propios actores sociales presentes en las protestas.

Lo que se denominó “cerco informativo”²⁴ -denunciado por diferentes organizaciones sociales y sindicales-, aludía a la necesidad “amplificadora” vinculada a la construcción de audiencias en diferentes instancias de expresión dentro del marco de las disputas de visibilidad pública. En ese escenario, el acceso al espacio desregulado de la web permitió fortalecer la noción de una “prensa propia” como comunicación desde la propia organización y la construcción de redes sociales, en las cuales los colectivos buscaron la resonancia y la posibilidad de amplificación de sus marcos interpretativos en torno a este tipo de conflictividad.

22 Parte de estas reflexiones fueron analizadas en: “Acciones Colectivas y Expropiación de Bienes Naturales. Tácticas de Resistencia a la Invisibilización Mediática y a los Reenmarcamientos Estatales”, *Revista Nómadas*, Colombia – Bogotá: Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos de la Universidad Central, (Octubre 2010), Vol. 33, pp. 147-163. ISSN 0121-7550. En co-autoría con Patricia Sorribas; “Entre apuntadores y guionistas: El papel de los medios en el conflicto campo/gobierno” en *Orteaiken. Boletín sobre prácticas y estudios de acción colectiva*, N°5, octubre de 2008. En co autoría con Ileana Ibañez. <http://www.accioncolectiva.com.ar/revista/>, Actualmente On Line; “Tramas conflictuales / intersticios para la acción: cuerpo (s), espacio (s) y recursos expresivos en las luchas socio-ambientales y su reescritura mediática” en *Los movimientos sociales en América latina. Pasado, presente y perspectiva*. Memorias arbitradas de las Jornadas Internacionales de Problemas Latinoamericanos; Septiembre de 2008, ISBN: 978-987-24583-0-0. En <http://www.accioncolectiva.com.ar/>, Actualmente On Line. En co-autoría con I. Ibañez.

23 Debido a la carencia de información confiable, sistemática y sistematizadas sobre el conflicto socioambiental en la Provincia de Córdoba conformé parte del equipo de trabajo del Observatorio de Conflictividad Laboral y Socioambiental de Córdoba donde se incorpora el trabajo con fuentes primarias y medios alternativos y sindicales de comunicación <http://observatoriodeconflictoscordoba.wordpress.com/>.

24 Esta problemática se la denomina como “cerco informativo” y fue abordada en Córdoba desde la participación en diferentes ámbitos que confluyeron entonces en la creación de la RAM -Red Alternativa de Medios- junto a radio comunitarias, públicas y universitarias, revistas alternativas y medios de prensa digitales que trabajan con organizaciones sociales (2002-2003), como desde el Cispren (Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba). A nivel nacional, estaba recientemente constituida la red de Indymedia y algunos colectivos de contra información iban apareciendo en otras provincias.

En esas formas de comunicación propia de cada organización, colectivo o movimiento, juega el riesgo presente de la pérdida del volante, del hackeo de la página web o la imposibilidad de mantenerlos en el tiempo. En medio de ese terreno, en el rescate de fotografías, volantes, observaciones, toma de notas, fragmentos de entrevistas, mi propia vivencia me expuso a recurrentes interrogantes.

Aquellos materiales, algunas fotografías, imágenes de dibujos, graffitis, expresiones de cánticos, rostros, silencios, decepciones y euforias en medio de la calle, la avenida, la toma o el escrache. ¿Desde dónde leer lo heterodoxo en la protesta?, ¿Cómo poder narrar aquello donde los sémicos sensible se vuelve potencia del hacer?. ¿Qué tensiones se juegan cuando defender los recursos naturales ya son considerados bienes y posibilidad de vida?, ¿Qué nuevas perspectivas en la intersección del campo de la salud y de la comunicación de la salud se abren desde allí?.

Esa densidad de interrogantes tornaba necesario el rastreo de otras lecturas que posibilitasen una metodología descolonizadora, de miradas, de materiales, de hexis corporal. El material reconstruido fragmentariamente obligaba a revisar supuestos de trabajo. Las grandes perplejidades al intentar plantear una metodología que permita una lectura trans e interdisciplinaria y desde la propia expresividad de los sujetos donde el campo de significación por la recuperación y la defensa del agua se enmarque dentro de las necesidades sanitarias y una concepción de salud vital y colectiva.

La propuesta metodológica de abordaje desde otras materialidades y técnicas consideradas en un campo marginal o solo reducidas a “notas de campo” permitieron otros puntos de conexión y reflexiones para poder pensar estas problemáticas que se dirimen desde la comunicación y la salud y que se ponen en evidencia en estas instancias de protesta y acción colectiva como espacio posible y potente desde donde buscar y narrar aquellos sentidos que las poblaciones que temen por su salud, como su posibilidad de vida, ponen en evidencia y deconstruyen. En ese sentido poder vincular a los ámbitos de defensa de la salud y los espacios de comunicación para la promoción y su acceso comienzan a diversificarse y requieren poner la lupa en estos otros espacios.

Corriéndonos de las perspectivas instrumentalistas de abordaje de los medios de comunicación esquemas simplistas que marcan a un emisor-canal-mensaje-receptor estancos y lineales, observamos la necesidad de incorporar las voces, prácticas y experiencias de los propios afectados dentro del propio territorio para la co-construcción de las narrativas que se agencian desde el territorio. Narrativas que se expresan a partir de ciertas estéticas y propuestas colectivas en espacios de confrontación y organización cuando hay territorios y bienes en disputa.

Cuestiones y análisis para poner en circulación y que permitan complejizar el campo de la comunicación de la salud vinculándola a los procesos vitales y las practicas

desde los territorios.

Bibliografía

- CABRAL, X. (2014) “Extractivismo, geopolítica y conflicto social” en Morón S y Roitman, S Procesos de acumulación y conflictividad en la Argentina contemporánea, Córdoba, Universitas
- CABRAL, X (2009) «Enmarcado y prácticas heterodoxas: Algunas líneas para indagar dentro de la expresividad de los movimientos sociales en América Latina». en Brumario N°1. Cuadernos de pensamiento en ciencias sociales. ISSN 1853-0362. Nov-dic 2009. Córdoba, <http://www.actiweb.es/brumario/archivo1.pdf>
- (2008) “La estética radical: apuntes sobre la imaginación política en América Latina” en XVI JORNADAS DE JÓVENES INVESTIGADORES AUGM, “ La Investigación en la Universidad Latinoamericana , a 90 Años de la Reforma de Córdoba”. 27, 28 y 29 de octubre de 2008. Montevideo.
- CABRAL, X, IBAÑEZ I, “Tramas conflictuales / intersticios para la acción: cuerpo (s), espacio (s) y recursos expresivos en las luchas socio-ambientales y su reescritura mediática” en *Los movimientos sociales en America latina. Pasado, presente y perspectiva*. Memorias arbitradas de las Jornadas Internacionales de Problemas Latinoamericanos; Septiembre de 2008, ISBN: 978-987-24583-0-0. En <http://www.accioncolectiva.com.ar/> , Actualmente On Line
- CORONIL, Fernando. Naturaleza del poscolonialismo: del eurocentrismo al globocentrismo. *En libro: La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas Latinoamericanas*. Edgardo Lander (comp.) CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires, Argentina. Julio de 2000. p. 246. Disponible en la World Wide Web: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/lander/coronil.rtf>
- GIARRACA, N. y Gras, C; (2001) “Conflictos y protestas en Argentina de finales del siglo XX con especial referencia a los escenarios regionales y rurales” en Giarracca, N; *La protesta social en la Argentina. Transformaciones económicas y crisis social en el interior del país*. Alianza Editorial, Buenos Aires.
- GRIMSON, Alejandro (2004), *La cultura en las crisis latinoamericanas*, Buenos Aires: CLACSO. GROSSO, José Luis (2010) Tradición y contemporaneidad en las artes. Semiopraxis populares en oblicuo. En J. González y E. Toro (coords.) *Artes populares y ciudad*. Santiago de Cali: IPCKLANDERMANS, Bert (1994) “La construcción social de la protesta y los campos pluriorganizados” en: Laraña, E. - Gusfield, J., *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad*. Madrid: CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas), p. 183-219
- LANDER, Edgardo 2005 “¿Modelos alternativos de integración? Proyectos neoliberales y resistencias

populares”, en OSAL (Buenos Aires: CLACSO) N° 15, enero.

MACHADO ARAOZ, H (2009), “Auge minero y dominación neocolonial en América Latina. Ecología política de las transformaciones socioterritoriales neoliberales”. En “Latinoamérica Interrogada”, Memorias XXVII CONGRESO ALAS, Fac. de Ciencias Sociales, UBA, Bs. As.

McADAM, Doug (1994) “Cultura y movimientos sociales” en: Laraña, E. - Gusfield, J., *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad*. Madrid: CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas)

MELUCCI, Alberto (1994) “¿Qué hay de nuevo en los «nuevos movimientos sociales»? en: Laraña, E. - Gusfield, J., *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad*. Madrid: CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas)

QUIJANO, A (2004) “El laberinto de América Latina ¿hay otras salidas?” en OSAL (Buenos Aires: CLACSO) N° 13, enero-abril 2004.

REGUILLO, Rossana (2005), *Horizontes fragmentados. Comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras*, ITESO: Mexico.

SCRIBANO, Adrián (2008) “Bienes Comunes, Expropiación y Depredación Capitalista”. *Estudios de Sociología*. Vol 12, No. 1, Recife: Editora Universitária da UFPE.

SCRIBANO, A. y CABRAL, X. (2009) “Política de las expresiones heterodoxas: El conflicto social en los escenarios de las crisis Argentinas” en revista *Convergencia* México, Año 16, N°51, septiembre – diciembre de 2009

SEOANNE, Jose (2005) “Movimientos sociales y recursos naturales: resistencias al neoliberalismo y configuración de alternativas” en OSAL (Buenos Aires: CLACSO) N° 17, septiembre.

SORRIBAS P Y CABRAL X “Acciones Colectivas y Expropiación de Bienes Naturales. Tácticas de Resistencia a la Invisibilización Mediática y a los Reenmarcamientos Estatales”, *Revista Nómadas*, Colombia – Bogotá: Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos de la Universidad Central, (Octubre 2010), Vol. 33.

ZALD, Mayer (1999) “Cultura, ideología y creación de marcos estratégicos” en: McAdam, McCarthy y Zald (eds.) *Movimientos Sociales: perspectivas comparadas*. Madrid: Istmo, p. 369-388.

LAGUNAS DE HUANACACHE: PELIGRO EN LA VIDA HUMANA POR LA CONTAMINACIÓN DEL RECURSO HÍDRICO

González, Carolina

**DCC - FACSO - UNSJ / gcaroo785@gmail.com,
Caroyas06@hotmail.com**

Palabras claves: agua; minería; riesgo; población; comunicación

En este resumen exponemos un breve desarrollo del trabajo de investigación realizado a través de una Planificación en Comunicación de Riesgo sobre el tema de la escasez y contaminación del agua en Las Lagunas de Huanacache.

Quienes estudiamos Comunicación Social o Periodismo en algún momento nos surgen interrogantes sobre la construcción de las noticias, allí se nos presentan interrogantes como ¿cuál es la construcción de la realidad?, ¿cómo construyen los medios de comunicación las noticias que comunican?, ¿los medios muestran la realidad? El semiólogo argentino, Eliseo Verón en su obra *Construir el Acontecimiento* expresa que está de moda hablar de “industria cultural”, y reflexiona sobre dicho concepto desde los medios de información. Verón (1987) expresa: las complejas operaciones de una industria: la industria de la información. Desde ‘la materia prima’, pasando por las cadenas de montaje, los ajustes, los controles de calidad, hasta el producto final: la noticia. (P. 56, prefacio *Construir el acontecimiento*).

Asimismo Verón hace una comparación entre la industria automotriz y la industria de la información, y dice que si una persona ve en la calle un automóvil de un modelo determinado no se va a preguntar si el vehículo se parece al automóvil. Sino que el automóvil es resultado de un proceso de fabricación. Así sucede con la actualidad, que Verón la llama objeto cultural. Y expresa que la actualidad es tal como la presenta, el noticiero de un canal de televisión, y tiene el mismo status que un automóvil porque es el objeto de producto fabricado, en este caso la fábrica es un medio informativo. (P. 56, 57. 1987, prefacio *Construir el acontecimiento*).

A partir de ese planteo de Eliseo Verón nos preguntamos

¿Qué tipo de difusión y/o tratamiento hacen los medios de comunicación sanjuaninos sobre la problemática del agua en Las Lagunas de Huanacache, del departamento Sarmiento de la provincia de San Juan? Por ello, nos propusimos realizar una búsqueda y relevamiento en los medios gráficos digitales de San Juan para analizar de qué manera trataban dicho tema en el contexto de la comunicación de riesgo.

En las ciencias de la comunicación es reciente la incorporación de cátedras de comunicación y salud en las carreras, como así también en congresos, encuentros, jornadas. Creemos importante saber que la comunicación de riesgo es un proceso en el que se toman decisiones y se consideran factores políticos, sociales y económicos, para analizar el riesgo como un peligro potencial con el fin de formular, estudiar y comparar opciones de control y seleccionar la mejor respuesta para la seguridad de la población ante un peligro probable (p. 2. Guía para la elaboración de la estrategia de comunicación de riesgos, 2011).

En el GEICOM (Gabinete de Estudios e Investigaciones en Comunicación) perteneciente al Departamento de Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Sociales, de la Universidad Nacional de San Juan, encontramos que hay proyectos de investigación sobre la problemática del agua dirigidos por la Mg. Rosa Mercado, son los siguientes:

- La problemática del agua en el relato de las radios de San Juan, año 2016-2017.
- Las Organizaciones Sociales en defensa del agua y la tierra visibilizadas en las Radios de San Juan; año 2017-2018.
- Las organizaciones sociales en defensa del agua y la tierra visibilizadas en las radios de San Juan; año 2018-2019.

Estos estudios se enmarcan en el área radiofónica pero nos permitieron comprender el contexto político del problema hídrico, donde hay contaminación y escasez del agua debido al crecimiento de industrias y grandes empresas. Como así también la falta de atención por parte de los organismos públicos gubernamentales a quienes se hace responsables de las problemáticas.

Consideramos necesario reconocer el contexto socio-político y público de la temática estudiada. Las Lagunas de Guanacache es un distrito del departamento Sarmiento ubicado al sur de la provincia de San Juan a más de 90 kilómetros de la Ciudad Capital. Las personas son de pueblos originarios, hoy se encuentran la Comunidad Huarpes y Aguas Verdes. Antiguamente era una zona agrícola-ganadera por el cultivo de melón y legumbres; se destacaban por la pesca, la producción de artesanías y la crianza de ganado caprino y ovino. En el año 2008 comenzó la crisis para los habitantes de las lagunas

debido a la instalación de fábricas que se dedican a la producción de cerámicas para la construcción, las cuales se apropiaron del caudal de agua proveniente del canal tercero. Esto genera que no llegue suficiente recurso hídrico a Las Lagunas de Huanacache, de esa manera las personas de dicho lugar viven en crisis económica por la falta de agua para criar los animales y desarrollar el cultivo. También genera riesgo en la salud de la población ya que el poco caudal de agua que llega a la zona está contaminado por los desechos de la industria de la cerámica. La Municipalidad de Sarmiento provee 500 litros de agua potable cada 15 días para sustento de la población, de esa manera las personas previenen enfermedades al consumir agua en mal estado. A pesar de eso, se registro un caso de intoxicación de un menor, pero de la provincia de Mendoza del departamento Lavalle que se ubica al límite con San Juan, hace dos años el niño consumió agua con arsénico.

Para la construcción de la planificación utilizamos la entrevista como técnica de recolección de información realizada a personas claves del distrito; ya que nos permitió indagar en profundidad sobre la contaminación y escasez del agua. En este caso la entrevista fue al Cacique José Díaz, de la comunidad Aguas Verdes. Realizamos registro fotográfico, audiovisual y relatos de las personas que pertenecen a dicha comunidad. También utilizamos una matriz que nos permitió observar los indicadores y formular las conclusiones de la planificación en comunicación de riesgo.

Por otro lado, al momento de entrevistar a autoridades municipales sobre el tema estudiado nos desanimó la respuesta; ya que nos expresaron que la información sobre el departamento y sus distritos estaba cargada en la página web del municipio. Sin embargo, no encontramos respuestas a nuestras preguntas sobre la problemática específica de la contaminación del recurso hídrico. En otros sitios webs encontramos que a uno de los recursos legales a los que adhiere la municipalidad es el Programa Nacional de Municipios y Comunidades Saludables; este marco legal fue realizado por el equipo de evaluación externa de la Organización Panamericana de la Salud (OPS- OMS) en el año 2015.

Respecto a los resultados del breve estudio realizado en el mes de noviembre del año 2018, concluimos que hay poco tratamiento informativo en los medios gráficos digitales locales solamente -Diario Huarpe- fue el medio que dedicó espacio al tema del agua en Las Lagunas de Huanacache. A partir del relevamiento realizado a personas que viven en otros distritos del departamento Sarmiento, el resultado fue que en ningún medio de comunicación radial departamental trataron el tema del agua, el único dato fue que los medios radiofónicos solo mencionaban el día en que el municipio enviaba el tanque de agua potable.

Creemos que hay interés político en silenciar la problemática de contaminación del agua porque las fábricas de cerámica trabajan en conjunto con el Ministerio de Minería de la provincia de San Juan. Esto lo vimos en la entrevista realizada al entrevistado clave, el Cacique Díaz, quien manifestó que lleva años de lucha para recuperar el agua, la producción y desarrollo económico para su sustento vital.

Bibliografía

Verón, E. (1987). Prefacio. Construir el acontecimiento. (2da ed.). Argentina: Buenos Aires. Ed. Gedisa.

Organización Panamericana de la Salud. (2011). Guía para la elaboración de la estrategia de comunicación de riesgos. De la teoría a la acción. Editores: Bryna Brennan; Vilma Gutiérrez. Recuperado de <http://www.msal.gov.ar/images/stories/ryc/graficos/0000000750cnt-2014-04/estrategia-comunicacion-riesgo.pdf>

Programa Nacional de Municipios y Comunidades Saludables. (2015). Recuperado de <http://www.municipiosanjuan.gob.ar/?q=content/municipios-mas-saludables>

su cobertura en los medios de información general. Así, ha pasado de ocupar un espacio residual a cada vez más, y de forma progresiva, disponer de un espacio propio y constante.

En gran medida como consecuencia del fenómeno de medicalización de las sociedades modernas, los temas de salud y los desarrollos de la ciencia vinculados a ella se han situado en el foco de atención del público. Los medios de comunicación son el reflejo de esa preocupación, a la vez que funcionan como un motor que la retroalimenta.

Por otro lado, también en las últimas décadas, se está produciendo un cambio paulatino -aunque aún dificultoso- en la definición del concepto de salud, que intenta romper con el clásico modelo biomédico imperante. Así, las aportaciones de Lalonde (1974) sobre la importancia de los llamados determinantes sociales de la salud y la carta de Ottawa (OMS, 1986) han favorecido una nueva concepción que entiende a la salud de las personas y de las comunidades en el marco de sus condicionantes sociales y culturales.

En este contexto, a las tradicionales acciones de asistencia sanitaria se sumaron un conjunto de estrategias y acciones de prevención y promoción de la salud en las que los procesos de educación y comunicación resultan de fundamental importancia. Ya no se trata de transmitir información científico-técnica asumiendo que, automáticamente, se modificarán conductas, actitudes o estilos de vida. La visión instrumental de la comunicación en el campo de la salud, va dejando espacio a la promoción de cambios que suponen procesos de aprendizaje que operan a distintos niveles: masivo, comunitario, grupal e interpersonal.

COMUNICACIÓN Y ACCESO A LA SALUD: ALGUNAS REFLEXIONES PARA EL DISEÑO Y LA IMPLEMENTACIÓN DE INTERVENCIONES EFICACES

Mendizábal, Victoria E.

FCC - UNC / victoria.e.mendizabal@gmail.com

Palabras claves: procesos de aprendizaje; niveles de comunicación; gestión de la comunicación; organizaciones sanitarias, determinantes sociales de la salud

1. La salud en el centro de la escena

El cuidado de la salud se sitúa hoy entre una de las principales preocupaciones de las sociedades modernas. A lo largo de las últimas décadas, la información relacionada con la salud ha aumentado considerablemente

2. Niveles de actuación de las intervenciones

Antes decíamos que la clásica noción de salud vinculada a la mera ausencia de enfermedad ha dejado paso a una concepción más amplia y compleja que entiende que la salud individual y colectiva es el resultado de una relación dinámica entre las personas y los procesos biológicos, ecológicos, culturales, económicos y sociales donde viven. Además, ya no es vista como un estado definido por fronteras delimitadas y estáticas, sino que es cambiante, móvil y modificable. Hoy hablamos de procesos de salud-enfermedad que se dan en un continuum como parte de una relación viva entre el afuera y el adentro de las personas, las familias, las comunidades y los países.

En este contexto, la buena salud no se basa únicamente en las intervenciones médicas, sino también con las condiciones de vida y las opciones personales. Los determinantes de salud son propiedades basadas en el estilo de vida afectadas por amplias fuerzas sociales, económicas y políticas que influyen la calidad de la salud personal. Además, se ha demostrado que dichos

factores tienen asociaciones marcadas con los riesgos para diferentes enfermedades, la esperanza de vida y la morbilidad de por vida.

Por lo tanto, las acciones de promoción y prevención efectivas, deberán ser capaces de generar cambios -tanto individuales como colectivos- en actitudes, valores, percepciones, motivaciones, conductas que favorezcan estilos de vida saludables. Cualquier organización que pretenda gestionar la comunicación en el ámbito de la salud, deberá tener en cuenta que estos procesos de cambio suponen procesos de aprendizaje que operan a distintos niveles y que sería deseable integrar en una estrategia conjunta.

Teniendo en cuenta los distintos niveles de organización social en los que se producen los fenómenos comunicativos, la comunicación a nivel masivo se puede considerar como uno más de los diversos procesos de comunicación posibles en una sociedad (Mc Quail, 2000). Según esta propuesta, este nivel de comunicación se encontraría en el vértice de una distribución piramidal de todos los procesos de comunicación, en tanto sería la única capaz de llegar a la totalidad de la población (Figura II).



Figura I: Niveles de gestión de la comunicación en función del nivel de organización social

En los niveles descendentes de la pirámide, aparecerían otros casos en los que interviene un número más reducido de actores que irían desde los fenómenos que se producen en el seno de las comunidades hasta los procesos que se dan en las relaciones interpersonales.

Aplicando esta idea a los procesos de comunicación de cara a la promoción de la salud, el impacto de los fenómenos masivos, resulta decisivo por su alcance al conjunto de la sociedad. El modo en el que los procesos de salud-enfermedad quedan reflejados en los medios de comunicación, las redes sociales, la publicidad comercial, la industria del entretenimiento o las campañas masivas,

resulta clave en la configuración de representaciones sociales, percepciones y valores que la sociedad en su conjunto adopta.

Sin embargo, aquellos niveles de organización que implican a un número menor de personas no serían menos relevantes. Así, por ejemplo, el nivel comunitario resulta clave en la promoción de estilos de vida saludable, en tanto actúa sobre los factores determinantes de la salud y la enfermedad y sobre las necesidades y problemáticas concretas de una determinada población que es objeto de atención. La salud comunitaria es la expresión colectiva de la salud de los individuos y grupos en una comunidad definida, determinada por la interacción entre las características de los individuos, las familias, el medio social, cultural y ambiental, así como por los servicios de salud y la influencia de factores sociales, políticos y globales.

En cierta medida, este nivel de organización puede ser pensado como una reproducción del conjunto de la sociedad, a escala regional, de una ciudad o un barrio. Sin embargo, más allá de las posibles estructuras mediáticas propias de las que puedan disponer las comunidades, la gestión de la comunicación para la salud a este nivel, supone ser capaces de hacer un adecuado diagnóstico del problema comunitario que deberá ser definido por los diversos actores sociales que la integran y cuyo plan de intervención deberá ser planificado desde y para la comunidad de manera participativa para que resulte efectivo (Kaplun, 2017).

En un siguiente nivel, encontramos aquellas comunicaciones que se establecen en grupos que resultan clave para la promoción y prevención de la salud. Empezando por la familia como primer grupo de socialización, los grupos de escolares en el ámbito educativo o los equipos de trabajo en el ámbito de la salud laboral, el nivel grupal constituye un blanco ideal de diversos programas de prevención de enfermedades y promoción de hábitos saludables.

En otra línea, la gestión de la comunicación en grupos o asociaciones de pacientes que se reúnen en torno a problemáticas concretas, también resulta clave. La lucha de los pacientes con VIH/SIDA por promover la investigación para lograr un tratamiento efectivo en los años 80s, el activismo de organizaciones de pacientes con enfermedades raras para lograr una legislación diferencial para el desarrollo de medicamentos en EE.UU o la lucha de organizaciones de pacientes y familiares para lograr la legalización del uso médico del cannabis, son ejemplos representativos de estos fenómenos recientes.

Un capítulo aparte que debería estar presente en cualquier estrategia de gestión de la comunicación interna en una organización vinculada a la salud, es aquella dirigida a los equipos de salud que deben coordinar acciones en pos de la salud de sus pacientes. En este nivel de organización,

son fundamentales las cuestiones que conciernen a la adhesión y la identidad, y a la cooperación y la creación de normas (McQuail, 2000).

Por último, en el nivel interpersonal, nos encontramos con relaciones como las que se establecen entre profesional de la salud y paciente, o entre los diversos profesionales de la salud y personal auxiliar sanitario (administrativos, gestores, etc.), por citar algunos ejemplos. Para comprender y, en consecuencia, poder intervenir en este tipo de redes de comunicación se hace preciso prestar atención a las formas de conversación y las pautas de interacción, a las relaciones de poder (muchas veces asimétricas), entre otras.

3. Nuevos actores y ámbitos de actuación

Por otra parte, esta transición a un modelo sociocultural de acción en salud (Ugarte, 2008) también tiene como consecuencia la diversificación de sus actores y protagonistas. Es claro que el sistema sanitario sigue teniendo un papel fundamental, tanto a través de las instituciones que establecen políticas y asignan recursos (ministerios, consejerías) como de las organizaciones dedicadas a la atención de la salud y que son proveedoras de servicios (hospitales y centros de salud). Sin embargo, también han ido adquiriendo relevancia otro tipo de instituciones: asociaciones de profesionales socio-sanitarios, redes y asociaciones de pacientes, fundaciones y sociedades científicas, colegios profesionales, entre otras.

Más aún, es preciso señalar que las políticas y estrategias de promoción y educación para la salud que se han ido desarrollando en las últimas décadas también han definido nuevos escenarios de actuación en materia de la denominada “alfabetización en salud”. Si entendemos que esta alfabetización en salud, tiene como objetivo fundamental otorgar autonomía y control a las personas para que tomen decisiones informadas sobre su salud, podemos decir que son ámbitos de actuación (Díaz, 2012):

- El **ámbito sanitario**, para poner en marcha estrategias integrales que contemplen tanto la detección de poblaciones y grupos de riesgo como la educación y promoción de hábitos saludables en la población sana;
- El **ámbito educativo**, para construir conocimiento y fomentar hábitos de vida saludable en las comunidades educativas;
- El **ámbito laboral y empresarial**, para generar una oferta de bienes y servicios saludables y, al mismo tiempo, promover conductas saludables en los propios entornos

laborales;

- El **ámbito asociativo**, para incorporar como agentes de salud a la sociedad civil organizada en sus redes comunitarias, como son los clubes deportivos, las asociaciones de mayores, los colegios profesionales, las organizaciones de pacientes y cualquier otro tipo de agrupación que pueda estar interesada en promover la salud desde sus ámbitos y programas de actuación habituales.
- El **ámbito político**, para influir sobre los tomadores de decisiones de forma que se asegure la disponibilidad de las infraestructuras, los recursos y los servicios que faciliten y promuevan conductas saludables y garanticen el derecho a la salud del conjunto de la ciudadanía.
- Los **medios de comunicación**, para que incorporen la promoción y educación para la salud como un elemento transversal en sus espacios informativos, publicitarios y de ocio y esparcimiento.

4. Algunas conclusiones

Por lo tanto, si de lo que se trata es de organizar y gestionar prácticas de comunicación eficaces a la hora de prevenir y promover la salud en la población desde cualquier organización, será imprescindible tener en cuenta que existen nuevos escenarios de actuación que se amplían más allá de los tradicionales ámbitos sanitarios.

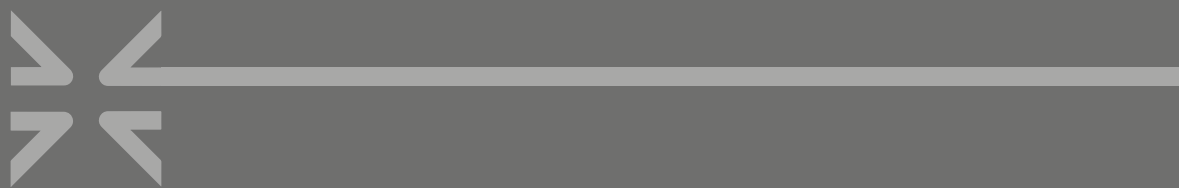
Asimismo, habrá que considerar que se trata de un ámbito de actuación profesional que intenta unir dos campos disciplinares complejos: las ciencias de la salud y las de la comunicación, de tal forma de poder encontrar una intersección entre ellas y no una mera yuxtaposición. Es preciso empezar a pensar a la especialidad como la confluencia de campos sinérgicos que funcionan como un entramado en el que la salud es integral, compleja y el resultado de la interacción de múltiples factores y condicionantes y la comunicación supera –sin excluirla– la concepción instrumental de estrategia para contribuir al alcance de la salud. En cambio, se trata de concebir a la comunicación como un proceso en el que intervienen individuos, conjuntos sociales, sus contextos y los diversos sentidos dados a los procesos de salud-enfermedad y su atención.

Por último, también habrá que ampliar la mirada más allá de sus áreas tradicionales de actuación en la prevención y promoción de la salud o en la relación médico-

paciente para incorporar aspectos vinculados a los nuevos escenarios en los que se desarrolla el campo. El denominado proceso de emancipación de los pacientes, el vertiginoso avance de la ciencia y la tecnología y sus aplicaciones médicas, el surgimiento de la medicina de gestión y su impacto sobre los sistemas de salud, el aumento de los litigios vinculados a la práctica médica o la introducción de nuevas tecnologías de la información y de la comunicación como herramientas al servicio de la salud pública, por sólo citar algunos ejemplos.

Bibliografía

- DÍAZ, H. A. (2012). La comunicación para la salud. En Basagoiti, I (2012). Alfabetización en salud: de la información a la acción (pp. 46-56). Valencia: ITACA/TSB. Disponible en <http://www.salupedia.org/alfabetizacion/>
- KAPLÚN, G (2017). Estrategias de educomunicación en salud. En Cuesta, U; Peñafiel, C; Terrón, JL; Bustamante, E; Gaspar, S (Coords. 2017). Madrid: Dextra Editorial.
- LALONDE, M (1976). A new perspective in the health of Canadians. Ottawa: Ministry of Health Care and Welfare of Canada.
- MCQUAIL, D (2000). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. 3º Edición. Barcelona: Paidós.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (1986). Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud. Ginebra, OMS.
- UGARTE, A (2008). Modelo socio-cultural de Acción en Salud. En Pérez, R.A. y Massoni, S. (2008). Hacia una teoría general de la estrategia (pp.478-488). Barcelona: Ariel.



EJE N°6



Comunicación, comunicación, arte
y filosofía

“(CONTRA) ESFERAS PÚBLICAS: UNA RELACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN, ARTE Y FILOSOFÍA”

Pierucci, Paloma

FCC - UNC / palipierucci@gmail.com

Palabras claves: cine; Teoría Crítica; industria cultural; ornamento de masas; contraproductos; organización alternativa; experiencia colectiva; T. Adorno; S. Kracauer; A. Kluge

Marco teórico y antecedentes

El surgimiento y popularización del cine a comienzos del siglo XX incentivó a intelectuales de diferentes disciplinas a estudiar este nuevo fenómeno. En aquel tiempo los interrogantes se trataban sobre aspectos técnicos de la producción cinematográfica, sobre su consideración como obra de arte o no, sobre las consecuencias sociales que produce, entre otras múltiples indagaciones. Dentro de la tradición de pensamiento conocida como “Teoría Crítica”, existieron y existen muchos intelectuales dedicados a esta temática. En esta investigación se trabajará la relación entre tres de ellos, Theodor W. Adorno, Siegfried Kracauer y Alexander Kluge, sobre las críticas y análisis posibles al cine como obra de arte.

Un problema en común sobre el cual trabajaron, tanto Adorno como Kracauer, es la problematización de las relaciones entre los ámbitos artístico, estético y cultural con la experiencia social y política. Por un lado, Kracauer centraba su búsqueda en lo concreto y olvidado, en indagar el lugar que la fotografía y el cine tenían en el mundo moderno, en las reflexiones sobre la historia y el rol del intelectual como crítico. Por otro lado, el shock que produjo la emergencia de la cultura de masas, adquirió su reflexión más profunda y famosa, en la década del cuarenta, con Adorno y Max Horkheimer y su concepto de industria cultural. Al final de la década del sesenta la reflexión estética y la crítica materialista de la cultura tomó un nuevo rumbo. Se advirtieron nuevas consecuencias para las relaciones del arte, la teoría y la praxis. Este es el contexto teórico, social y político que marcó el comienzo de la producción teórica y la práctica artística de un sucesor de Adorno: Alexander Kluge. Este escritor, teórico y cineasta alemán, ha intentado, desde aquel momento hasta la actualidad, conjugar el modernismo y el realismo cinematográficos, prestando

especialmente atención a su inserción en los mecanismos de la industria cultural y apelando a la posibilidad de que el cine construya contraesferas públicas.

La profundización de los conceptos de contraesfera pública y contraproductos, a la luz de las teorías de Kracauer y Adorno, se puede considerar de utilidad para vislumbrar las fisuras y contradicciones existentes en la esfera pública hegemónica y así generar contenido y conocimiento comunicacional que se presente como alternativa a los productos culturales hegemónicos dominantes. La indagación del concepto de contraesfera pública también sería pertinente en nuestro contexto latinoamericano para poder preguntarnos sobre el rol que cumplen los medios de comunicación en nuestras sociedades cuando pretenden generar la visibilización de ciertas situaciones (nuevos movimientos sociales, por ejemplo) que no termina siendo más que una aparente apertura democrática a algunas voces, pero que en algún punto no resulta ser más que eso, una apariencia. En este sentido el concepto de contraesfera pública presentado por Kluge, enfatiza la idea de que las propuestas o esferas alternativas, no pueden ser autónomas y funcionar separadamente de la esfera pública hegemónica, sino que deben funcionar en sus límites y dentro de sus condiciones, para así poder desafiarla y desde allí propiciar un medio de organización de la experiencia diferente a la dominante.

Desarrollo del problema

¿Cómo es posible generar propuestas de organización alternativa de la experiencia colectiva a través de la profundización del concepto de contraesfera pública de Alexander Kluge, relacionado con los aportes teóricos de Siegfried Kracauer y Theodor Adorno?

Kracauer establece que un crítico cinematográfico debe ser también un crítico social. Las películas, en especial las de producción media (Hollywood), pareciera que se muestran como neutrales, pero en ellas se esconden ideologías y representaciones de la realidad. La producción cinematográfica y la realidad social tienen una relación dialéctica, en el sentido de que las películas muestran parte de la realidad, pero a la vez falseándola y esto produce que las películas influyan y modifiquen la propia realidad. Esto es posible, ya que influyen y modifican las representaciones que tienen las audiencias de su realidad. Por lo tanto, según Kracauer el crítico cinematográfico debe dar cuenta de todo este proceso. El crítico debe plantearse preguntas como: ¿Qué transmite esa película a las masas y en qué sentido influye en ellas? Debe confrontar con la realidad social ese mundo aparente que presentan las películas y poner de relieve en qué medida lo falsean. Su misión es develar las representaciones e ideologías sociales escondidas en la película, y a través de este desarrollo, quebrar la

influencia de las películas donde sea necesario (Kracauer, 2006: 349).

En la propuesta teórica de Adorno, se pueden encontrar similitudes con esta propuesta de Kracauer sobre la relación dialéctica entre producción cinematográfica y realidad social. Según Adorno las películas facilitan esquemas de comportamiento colectivos y explica: “En su afán por dominar a las masas, la ideología de la industria de la cultura se transforma en su interior en antagonista de esa sociedad que pretende controlar. Ella misma contiene el antídoto a su propia mentira” (Adorno, 1977:134). Por otra parte, Adorno habla sobre el análisis inmanente de la obra y enfatiza la necesidad de concentrarse en este tipo de análisis y no en un simple juicio a su estilo.

Establece una particular relación entre las cuestiones de forma y contenido de la obra, en el sentido de que aun pudiendo considerarse que dicha obra posee un contenido “revolucionario”, de protesta, si la forma es la misma a la que plantea la industria cultural -si no se asume al material en la etapa más progresista de su dialéctica histórica (Adorno, 2008:147)- la obra de arte es absorbida por la industria de la cultura y se transforma en cómplice.

Dentro de los autores alemanes conocidos, se puede considerar que Kluge es uno de los menormente conocidos. Esto se debe a que genera un choque con el público, quien se siente confundido cuando lo lee, y le cuesta reconocerse en los personajes y seguir el hilo de las historias, que por lo general parecen no tener sentido. Sin embargo, Kluge pertenece a los circuitos y círculos artísticos reconocidos, recibiendo múltiples premios, por ejemplo. Esto lleva a preguntarse si Kluge, a pesar de cuestionar la forma que la industria cultural les impone a las obras de arte, ha logrado romper con esta forma. Si sus obras pertenecen a los círculos artísticos legitimados, ¿no querrá decir que sus obras no lograron salir de la industria cultural, y terminaron siendo cómplices? ¿Alguna obra logrará salir alguna vez de la industria cultural? ¿Y si alguna vez sale, llegará a las masas? ¿Es necesario llegar a las masas? Sin embargo, aunque no se logre salir por completo de la industria cultural, ¿no es válido también poder romper con las estructuras de la industria cultural, pero desde adentro de ella misma, es decir, mostrar algo diferente, desencajar de su lugar al público, por más que sea a través de un producto de la industria cultural? ¿No es esto lo que plantea y logra Kluge?

Algunos lineamientos para responder esas preguntas se pueden encontrar en el concepto de contraesfera pública de Kluge, el cual lleva al concepto de contraproducción. La producción literaria y cinematográfica de Kluge se considera un contraproducción, según su definición. Esto no quiere decir que sean productos autónomos, alejados de la esfera pública hegemónica, sino que es dentro de ella, reflexionando sobre ella, encontrando sus fisuras

y grietas, que surgen estos tipos de productos que sirven para evidenciar sus contradicciones y desafiar su funcionamiento. En el texto de Roldán (2017: 74), se lo cita a Negt (quien coescribió con Kluge la teoría de la contraesfera pública, como crítica al concepto de esfera pública de Habermas), que expresa: “En mi experiencia la idea de transformación total de la sociedad se mantiene como una idea, pero ella instruye los pasos concretos de manera diferente a que si la idea estuviera ausente” (citado en Krause, 2006; 128). A partir de esta declaración se podría inferir que por más que la esfera pública burguesa no pueda transformarse por completo, desaparecer, o producir por fuera de ella, la simple idea de pensar en la transformación total de la sociedad, sirve para crear productos diferentes, que, de no tener cierta idea, no se crearían. Es decir, la producción cultural, artística, sería diferente si no hubiera como meta ideal o utópica una transformación. A pesar de que esta transformación total sea imposible de alcanzar, logra que en la actualidad se creen productos alternativos y desafiantes al sistema dominante, generando alternativas a la organización de la experiencia colectiva y pública.

Metodología

La investigación planteada es del tipo teórica descriptiva, por lo cual se realizó la lectura, análisis e interpretación de una determinada bibliografía fuente, es decir textos escritos por Adorno, Kracauer y Kluge, como así también bibliografía secundaria, para poder establecer un diálogo entre estos tres autores y otros intelectuales que interpretan, explican y desafían las propuestas teóricas abordadas en la investigación.

Bibliografía

- Adorno, T. y Morin, E. (1967). *La industria cultural*. Buenos Aires, Argentina: Galerna.
- Adorno, T (2008) *Escritos musicales IV*. Madrid, España: Ediciones Akal.
- Adorno, T (1977) *Filmtransparente*, en Kulturkritik und Gesellschaft I: Prismen. Ohne Leitbild, Gesammelte Schriften, volumen 10i, Suhrkamp, Francfort, 1977, págs. 353-36. Versión Española en volumen 10 de la edición Española de la Obra completa de T.W Adorno que publica Akal.
- Kracauer, S. (2006). *Estética sin territorio*. Murcia, España: Fundación Cajamurcia.
- Fuentes secundarias:*
- Ayllón, M. (5/12/2011). *Cine e industria cultural*. Alexander Kluge. Salamanca, España: Constelaciones. Revista de teoría crítica.
- Ayllón, M. (12/12/2011). “No nos separa del pasado un abismo”: *Memoria e identidad en Alexander Kluge*. Salamanca, España: Revista de letras y ficción audiovisual.
- Hansen, M. B (2012). *Cinema and experience*. Siegfried Kracauer, Walter Benjamin and Theodor W. Adorno.

Berkeley, Estados Unidos: University of California Press.

Huyssen, A. (2014). *Memorias crepusculares. La marcación del tiempo en una cultura de amnesia*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros.

Rauschenberg, N. (2013). *Tres figuras históricas en la crítica inmanente de Theodor Adorno: anticuado, estilo y tradición*. Crítica cultural.

Roldán, E. (21/09/2017). *Las contraesferas públicas de Kluge y Negt: experiencia, fantasía, utopía*. Colombia: Nómadas.

Roldán, E. (18/06/2018). *Kracauer y la apariencia estética en el cine. Espejo distorsionante de la sociedad moderna*. Claridades. Revista de filosofía.

Zamora, J. (2009). *El joven Th. Adorno y la crítica inmanente del idealismo: Kierkegaard, Husserl, Wagner*. Azafra. Revista de filosofía.

MODELOS DE SOCIEDAD EN EL MUNDO DE KRYPTÓN: DE LA UTOPIA TECNOLÓGICA A LA TECNOLOGÍA DISTÓPICA

Salinas, Martín Alejandro

FCH - UNSL /masalinas@unsl.edu.ar

Palabras claves: otros; agentes sociales; cómic; Superman; historieta

La historia es conocida: un científico coloca a su pequeño hijo en una nave con destino a la Tierra. Su objetivo: salvarlo de la inminente destrucción de su planeta. El cohete aterriza en el corazón de Estados Unidos y el bebé es adoptado por una pareja de ancianos, los Kent, que lo bautizan con el nombre de Clark y le inculcan los valores estadounidenses. Cuando llega a la edad adulta y descubre sus maravillosos poderes, el tímido Clark da lugar a Superman, la encarnación viviente del *Modo Americano* y la personificación ideal de los valores capitalistas. Pero, ¿cuál es el lugar de origen de un ser con esas características? Para los amantes del género superheróico, la respuesta a esta pregunta es obvia: el lejano planeta Kryptón. A lo largo de ochenta años, ese mundo ficcional ha sido retratado a través de prácticamente todos los medios de comunicación modernos: las revistas, los diarios, la radio, la televisión, el cine e internet. En la mayoría de esas versiones, la sociedad kryptoniana fue descrita como la concreción casi perfecta del sueño positivista de organizar al mundo

alrededor de la razón y la ciencia. En este trabajo nos detendremos sólo en una de estas visiones, la del autor inglés John Byrne, importante por ser la primera en la que se plantea una reformulación completa de esa realidad ficticia y se trastocan los valores que parecieron guiar durante medio siglo, su constitución.

Creado a mediados de la década de 1930 por Jerry Siegel y Joe Shuster, dos amantes de la ciencia ficción, era esperable que Superman fuera imaginado como el último hijo de una utopía tecnocrática, en consonancia con el optimismo tecnológico que ofrecían las primeras narrativas de la ficción científica. Y aunque en la literatura las profecías optimistas dieron rápidamente paso a las apocalípticas, en los cómics del Hombre de Acero, habría que esperar medio siglo para que eso ocurriera.

Hacia 1986, DC Cómics había decidido hacer borrón y cuenta nueva en su continuidad y había emprendido la ardua tarea de revitalizar a sus personajes principales. Entre ellos se encontraban Wonder Woman, Batman y, por supuesto, su héroe insignia, Superman. Mientras que para recontar la historia de los dos primeros, la firma eligió a autores que ya tenían una larga carrera dentro de la compañía, para el Hombre del Mañana, tal vez su relanzamiento más exitoso, la editorial contrató a Byrne, una estrella que había ascendido rápidamente en su competidora, Marvel Cómics. Nacido en Inglaterra pero criado en Canadá, este artista se había ganado la reputación de ser un rescatador de títulos fallidos. Como dibujante y co-guionista, venía de llevar a la serie *The X-Men*, desde el fondo de las listas de ventas, al primer puesto. Después de su éxito en el cómic de los mutantes, el creativo se mudó a *Fantastic Four* y también fue capaz de revivir esa franquicia. Fue entonces cuando DC lo convocó para infundirle nueva vida a Superman.

Según Bradford Wright (2003), la fórmula de Byrne era simple: “recordar lo que había hecho exitosa una serie popular en primer lugar y luego reescribir esas cualidades nostálgicas en una narrativa moderna de superhéroes” (p. 265)¹. En lo que respecta a Superman esto significaba ‘volver a las raíces’, es decir, despojar al personaje de las ingenuidades acumuladas a lo largo de años, reducir el nivel de sus poderes para humanizarlo, e inocularle una dosis de “realidad” al mejor estilo Marvel.

Para los viejos seguidores del justiciero, los cambios que Byrne introdujo fueron radicales. Entre ellos, uno de los principales era sin dudas, la nueva visión de Kryptón, el planeta natal del héroe, que era presentado ahora como una sociedad fría y despiadada donde el amor estaba prohibido y la procreación se realizaba únicamente a través de la manipulación genética, en asépticas cámaras de gestación. Si en las versiones anteriores, el único error de la sociedad kryptoniana había sido la arrogancia de no aceptar los indicios científicos que anticipaban su

1 La traducción es nuestra.

inminente destrucción, en la de Byrne, sus instituciones acumulaban tantos pecados, que su destrucción era casi un acto de justicia divina.

El objetivo de nuestro trabajo será entonces, analizar los sentidos posibles, definidos como modelos de sociedad y visiones del *otro*, en la serie de historietas de Superman escritas por Byrne y publicadas entre 1986 y 1988. Nos referimos a los números 1 y 6 (diciembre de 1986) de la miniserie *Man of Steel* y los números 1 al 4 de la miniserie *World of Krypton* (diciembre de 1987 a enero de 1988), con el objetivo de reconocer al cómic como un discurso portador de sentido, en el que se dirime la lucha por imponer visiones-versiones-modelos del mundo y de los *otros*. Así, intentaremos identificar las estructuras internas y externas a lo largo del relato para interpretar las prácticas de los agentes y culminar en las estructuras axiológicas presentes. En otras palabras, pondremos en relación a estos discursos con sus condiciones de producción, entre las cuales destacamos el asenso al poder mundial de lo que se conoció como la *Nueva Derecha*, cuyos emblemas más famosos fueron el presidente de los Estados Unidos, Ronald Reagan y la primera ministra británica, Margaret Thatcher.

En lo que respecta a nuestra perspectiva teórica, esta se basará en autores como Pierre Bourdieu -específicamente en su libro *Las Reglas del Arte. Génesis y estructura del campo literario-*, Eliseo Verón, Roberto von Sprecher, Eugenia Boito y Umberto Eco. Asimismo, cabe destacar que este análisis se enmarca en lo que varios investigadores, sobre todo en la academia anglosajona, han caracterizado como los estudios sobre cómic. En nuestro país, esta línea encarna, entre otros, en el proyecto de investigación conocido como *Estudios y Crítica de la Historieta Argentina*, avalado y subsidiado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba, que lleva publicados una decena de libros en los que analiza el noveno arte desde casi todas las perspectivas posibles: estudios de consumo, economía política, filosofía, semiótica y estética, entre otras.

Bibliografía

Wright, B. (2001). *Comic Book Nation: The Transformation of Youth Culture in America*. Baltimore, Estados Unidos: The Johns Hopkins University Press.

SINESCRITURA: UNA MIRADA AL FREESTYLE DESDE LAS PALABRAS Y LAS POSES

Vittorelli, Lucia Belén

FCC – UNC/ luvittorelli@gmail.com

Palabras claves: *rap; freestyle; jóvenes; comunicación no verbal; poses corporales*

Introducción

La música es una manifestación artística donde las personas encuentran placer, compañía, entretenimiento, inspiración, a la vez que permite pensar, soñar, olvidar, crear, enviar un mensaje y comunicarse. El presente análisis busca pensar a unos jóvenes cordobeses en relación a la música. Algunas plazas públicas de la ciudad de Córdoba fueron ocupadas por jóvenes, en su mayoría varones, quienes organizaban y participaban en *competencias de rap y freestyle*. Estas *competencias*, término recogido del campo, denomina a las *batallas de rap* llevadas adelante por los jóvenes en Córdoba, que tienen la característica de ser expresiones musicales de *rap y freestyle* que se adscriben al movimiento cultural, estético y musical del *Hip Hop*. El *rap* es un recitado monótono sin melodía creado por un artista cuyo deseo consiste en generar un *flow*, flujo de palabras (Borioli, 2010). El *freestyle* es un estilo de letras de *rap* que son creadas en el momento, mediante la improvisación de palabras sobre el ritmo de la música, aunque no necesariamente.

Este escrito se desprende del trabajo final realizado para la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC, en el cual analicé etnográficamente a la *competencia Sinescritura*, que se desarrollaba los días viernes por la noche cada quince días en la Plaza de la Intendencia, una de las plazas céntricas más importantes de la ciudad de Córdoba. En esta oportunidad, me centraré en la práctica del *freestyle* mediante el análisis de la composición de las rimas *en el momento*, junto a la descripción de los lenguajes corporales y las formas de comunicación no verbal desarrollado por los y las jóvenes mientras *batallaban* en *Sinescritura*.

Esta propuesta de análisis se sustenta teóricamente en

los Estudios de la Performance, que estudia cualquier asunto o artefacto del arte y la cultura no en sí mismo como “objeto” o “cosa”, sino como práctica, evento y conducta (Schechner, 2002, p.23). Que tienen la cualidad de ser “conducta restaurada”, es decir, actividades que no son realizadas por primera vez sino por segunda vez y *ad infinitum*, y es ese proceso de repetición, de construcción la marca distintiva de la performance (Schechner, 2000, p.13).

Asimismo, este trabajo retoma la perspectiva interaccionista de Erving Goffman (1959) quien se propone analizar de qué manera el individuo se presenta y presenta su actividad ante otros (p.11). Para profundizar estos aspectos, trabajaremos con teóricos de la comunicación interpersonal, de la comunicación no verbal de los lenguajes corporales, gestuales, como así también el uso y la organización de los espacios personales. Para acceder al mundo de las prácticas, se trabajó desde el método etnográfico, junto a las técnicas de observación etnográfica y la realización de entrevistas semi-estructuradas.

La competencia Sinescritura

Sinescritura era descripta por sus organizadores como una competencia de freestyle rap. Tal como me señaló uno de ellos, Blaster un joven de 22 años, *lo que nosotros hacemos es freestyle rap, sería improvisación rapeada*. Para él, la improvisación es todo arte, verso que se hace *en el momento*, y puede abarcar desde alguien que recita poesía hasta una conversación cotidiana. En este caso, el *freestyle* es una expresión musical oral dentro del *rap*. Por lo tanto, implica la elaboración de recitados improvisados de palabras que rimen entre sí, y a la vez se organicen en una *estructura* donde las terminaciones de los versos rimen también entre sí.

Esta práctica demanda a su vez, que los versos no sean escritos ni pensados de antemano. En el contexto de la *competencia* este aspecto era fundamental, ya que para Blaster aquel participante que *se las prepara, se las escribe, no es buen freestyler*.

Este evento también se definía a sí mismo como una *competencia*. Por lo tanto se concebía como un enfrentamiento ente contrincantes que disputan por conseguir una misma cosa: ganar el torneo y ser reconocido por los pares en el ambiente del *rap* y *freestyle*. Blaster me comentaba que el concepto refiere a la *competitividad* desde el punto de vista de *medirse con el otro*. Esta situación posibilita, según el organizador, *ver quién tiene más ingenio, más vocabulario, más dinámica con la palabra*.

A la hora de *batallar*, el competidor se valía de un conjunto de recursos lingüísticos (construcción de rimas), poses corporales, movimientos faciales, entre otros que le permitían producir y transmitir una imagen de superioridad frente al resto de los competidores. En

este proceso de comunicación, los encargados de definir si la impresión que daba el competidor correspondía con las construcciones sociales ligadas a la imagen de *buen rapero* eran las y los miembros de jurado y del público.

Haciendo freestyle con las palabras.

En el contexto de la *competencia*, la improvisación cumplía con una serie de patrones determinados que organizaban el discurso en versos. Mayoritariamente, las *batallas* se realizaban en 4/4 tiempos, es decir, las palabras se organizaban en cuatro versos uno tras otro llamados *golpes*. A su vez, en la frase final recaía el remate de lo dicho anteriormente, denominado *punchline* (frase-remate) que contenía la improvisación dirigida a desestimar y avergonzar al oponente.

Tales construcciones tenían la característica de ser expresiones orales que se desvanecían al instante. Cuando un competidor enunciaba una frase, la fugacidad alcanzaba los límites de la *batalla* (esta situación se revertía en aquellas que eran filmadas y publicadas en las redes sociales).

Para Feiler, jurada de la *competencia*, el *rap* era una cultura muy rica en conocimiento porque *para poder rimar tenes que saber un montón*. La información era la materia prima de la improvisación y adquirirla formaba parte de los preparativos para *ser freestyler*. Lewan, el otro organizador de *Sinescritura*, me comentó que comenzó a prestarle más atención a las palabras cuando leía o hablaba. Su interés por debatir con gente adulta residía en poder aprender *palabras con propiedad* para utilizarlas cada vez que *rapeaba*. A su vez, llegar a *hacer freestyle* implicaba organizar las palabras y frases en cuatro líneas que coincidieran con el ritmo de la base musical. Para las y los jóvenes suponía un proceso de aprendizaje que según Feiler *no es difícil*, pero tampoco *es cosa de tontos, hay que estar practicando, ver con que rimar cada palabra*. El *freestyle* era entonces una práctica que volvía actual lo incorporado. Se presentaba como la creación de rimas *en el momento* en el que un sujeto las emitía, a la vez que se basaba en los procesos de aprendizaje y ensayo que la práctica en sí misma conllevaba. La tensión entre lo nuevo y lo preelaborado se planteaba como un desafío para los competidores quienes iban a rimar sobre las situaciones del momento.

Haciendo freestyle con el cuerpo.

Ahora nos centraremos en la descripción de los cuerpos en movimiento de jóvenes en la *competencia*. Los conjuntos de movimientos posibles estaban ligados, en un primer momento, a la percepción del espacio disponible en el círculo de competición, y también a las “distancias” corporales entre los sujetos (Hall, 1966, p.140). Pero a su vez, pudimos observar cómo estos espacios y distancias eran puestos en juego en la interacción de los competidores durante las *batallas*. Los acercamientos

entre ellos, que podían dejar cara a cara a los oponentes, eran intentos de acortar la distancia e intimidar.

En la *batalla* los jóvenes que competían pasaban de estar de pie, erguidos y con el cuerpo estático, a realizar movimientos corporales supeditados al ritmo de la *base*. Los competidores se ubicaban de pie con las piernas separadas (una enfrente de la otra), las rodillas levemente flexionadas, el torso y los hombros inclinados hacia adelante. La espalda se curvaba, brazos y manos que subían y bajaban con codos flexionados, la cabeza y el cuerpo direccionados hacia el oponente. Estas posiciones eran las posturas corporales que mayoritariamente realizaban jóvenes competidores. Los movimientos que más se realizaban en la performance del competidor eran: el uso de brazos y manos, que le permitían enfatizar los versos, marcar el ritmo y hacer señas sobre lo que estaba diciendo.² Por su parte, la entonación y la intensidad o volumen de la voz se manifestaban en los gritos y las elevaciones de la voz en algunas palabras.

Por lo tanto, podemos decir que *hacer freestyle* en la *batalla* era un comportamiento que se consolidaba en la puesta en escena de habilidades discursivas de la rima junto a poses y movimientos corporales posibles, que definían la *actitud del rapero*. Las herramientas conceptuales de Schechner (2002) posibilitaron analizar estos comportamientos que se repetían una y otra vez durante las *batallas* y las *competencias*. Como así también para entender que la elaboración de las rimas y las poses corporales que los competidores realizaban estaban fundadas en acciones previamente ensayadas, reiteradas y vueltas a escenificar.

Bibliografía

- Hall, E. T. (1972). *La dimensión oculta*. México DF, México: Siglo Veintiuno Editores.
- Schechner, R. (2000). *Performance. Teoría y prácticas interculturales*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires.
- Schechner, R. (2012). *Estudios de la representación. Una introducción*. México DF, México: Fondo de Cultura Económica.

2 Como por ejemplo, en una de las batallas un competidor le dice a otro: *bro aunque seas camarada igual te estrecho la mano* (se chocan las palmas y el puño cerrado), *te respeto, shh* (lleva la mano a su boca rozando los dedos por los labios, haciendo la seña de boca cerrada) *cerrada*.

NOTAS SOBRE LA PRODUCCIÓN Y LA EDICIÓN DE HISTORIETA RIOPLATENSE CONTEMPORÁNEA

Gago, Sebastián

FCC-UNC / shgago@gmail.com

Palabras claves: historieta; campo; editoriales; Argentina; profesionalización

Ensayamos reflexiones teóricas sobre las transformaciones del campo de la historieta en Argentina en el período *contemporáneo*. Nos centraremos en reconstruir cómo, a partir del cambio de siglo, se modificaron las lógicas de constitución de intereses, creencias y sentidos sobre las prácticas y políticas de producción y edición de historietas, teniendo en cuenta que se trata de un espacio cultural que estuvo constitutivamente dominado, desde su génesis, por los imperativos de la industria editorial y del mercado.

Retomamos principalmente, aunque no exclusivamente, una serie de aportes teóricos de Max Weber (Alemania, 1864-1920) referidos a la constitución de mundos de bienes simbólicos, es decir, bienes no “económicos” en el sentido restringido del término. En sus estudios sociológicos sobre la religión, Weber concibió a los universos simbólicos como mundos “económicos”, es decir, como ámbitos de la realidad humana que pueden ser pensados según una lógica de análisis económico por ser actividades que suponen principios de escasez -de bienes y recursos- e interés (von Sprecher, 2010: 142). Para Weber, el interés explicativo principal de los fenómenos ideales y las “valoraciones” no reside en esos fenómenos de “sentido” en sí, “sino en la ‘materialidad’ de los comportamientos humanos y sus resultados” (Cristiano, citado en von Sprecher, 2010: 137-138) que son motivados por esos fenómenos. A partir de esta premisa sociológica, más aportes de la sociología cultural del último tercio del siglo XX (Bourdieu, R. Williams y J. Martín-Barbero), enunciaremos primeramente una serie de factores contextuales (Morley, 1992) que nos ayudan a situar el objeto de reflexión, para luego recalar en transformaciones en las condiciones subjetivas de los agentes del campo.

Cambios en condiciones objetivas

Durante el último cambio de siglo, se derrumbó el modelo

tradicional de producción y publicación de historietas en Argentina, basado en una industria editorial profesional que había dominado el medio durante el siglo XX. Unos años antes de la crisis general que atravesó el país en 2001-2002, dentro de la estructura productiva de este campo cultural se presentó un fenómeno de fusión, en una sola persona, de las posiciones de autor, editor, publicista y gestor comercial. La no dependencia con respecto a empresarios empleadores –quienes ya había fundido todos o cerrado sus editoras- permitió a los creadores de historietas unos márgenes de autonomía y libertad creativa inusitados, que se expresaría cabalmente en el boom de autopublicaciones en *blogs* de Internet de principios del presente siglo, fenómeno iniciado en el campo intelectual y literario (Vigna, 2014) pero que luego se expandiría al ámbito de las narrativas gráficas.

¿Qué implicó, e implica actualmente, el ejercicio de esa libertad cuando se produce y se publica siempre en medio de unos condicionamientos económicos que obligan a las editoriales “independientes” a adivinar el mercado? (von Sprecher, 2018:23-24). En el modelo autogestivo, el proceso de recupero o reintegro económico, para un autor de historietas, sigue ciertos derroteros en muchos casos inciertos y que poco se asemejan al modelo de trabajo profesional del siglo pasado. Los autoeditores rioplatenses, una vez que el libro está pronto, en la gran mayoría de los casos no consiguen un pago por su elaboración, sino que publican la obra y ésta se va vendiendo a mayor o menor ritmo. En una instancia posterior a la producción y publicación del libro, se inicia una especie de “proceso laboral” a lo largo del cual, en el mejor de los casos, según el autoeditor uruguayo Rodolfo Santullo, “se vende, se mueve, se publica en varios mercados, y que además a medida que uno logre publicando, terminás teniendo varias puertas de salida” a una misma producción. Producción que, con frecuencia, tuvo su primera publicación seriada en un blog o webcomic, o en las redes sociales. Se trata de un proceso que tiene como resultado, siempre en el mejor de los casos –como sucede con el citado y reconocido guionista y editor Santullo-, que “el pago termina apareciendo”.

La autogestión cultural en el campo editorial abarca otras experiencias que exceden los dominios de la historietas, tanto en la Argentina como en el Uruguay. Proyectos sostenidos en el tiempo de editores independientes han logrado visibilizar trabajos de autores jóvenes y no tan jóvenes, innovaron en los soportes y formatos de producciones y abrieron espacios de circulación y sociabilidad cultural (Coppari, 2018), en los ámbitos de la literatura y de las narrativas gráficas.

Asimismo, otra condición objetiva no menos importante –concomitante a la consolidación de la autogestión productiva y editorial- es el desdibujamiento del tradicional sistema de géneros de aventura de la historietas, que vino de la mano de la ampliación del *espacio de lo decible* (Reggiani, 2012: 87-88). Se extendió

el universo de temas y tópicos a tratar: la presencia del sexo, la violencia política y la recuperación del pasado, detalles de la vida cotidiana, la política contemporánea, y el *yo* autobiográfico (Ibíd.).

Cambios en las condiciones subjetivas

A determinadas condiciones objetivas de producción, se correspondieron cambios en las condiciones subjetivas. Emergieron paulatinamente nuevas disposiciones culturales, sociales, económicas y estéticas en los autores y autoeditores de historietas argentinas. Una *nueva ética*, y una *creencia* despegados de lo que concebimos y reconstruimos como la antigua *forma profesionalista* anclada al desaparecido sistema de la industria editorial tradicional, del escritor o dibujante que trabaja en relación de dependencia y/o por encargo, y que forma parte de un todo. Ya no es posible en la actualidad ese *modelo profesional* que tuviera auge entre los años 50 y 70 del siglo XX, cuyo epicentro era la oficina/taller/redacción en donde se transmitía el oficio desde veteranos a novatos ayudantes, y existía un “espíritu” de “gremio” entre los historietistas. Sólo es posible, para los autores argentinos y uruguayos, profesionalizarse en la actividad trabajando para editoriales del exterior (europeas o norteamericanas), o trabajando en el mercado local bajo ciertas condiciones de posibilidad y mediaciones –como las reseñadas en el apartado anterior acerca del “proceso laboral” post-producción-, que involucra *tiempo* e inversiones materiales y simbólicas. Otras vías de profesionalización exceden el campo en sí, y se relacionan con la inserción laboral de los historietistas en el cine, la narrativa infanto-juvenil, las artes visuales, el diseño y la gráfica publicitaria.

Con las dificultades que presenta en la actualidad el camino a la profesionalización específica, el productor cultural real (autor, autoeditor o el editor puro) asume su oficio como un *orgullo y satisfacción* (Lomsacov, 2017; Gago, 2018). Quienes producen y editan en el campo local, conformaron con el paso de los años una *nueva ética* alrededor de producir lo que les indica su mente, su *gusto* e inquietudes culturales e intelectuales, y no lo que les indica la empresa editorial o los mandatos del mercado. Ese valor, ese sentido que orienta las prácticas, base de un nuevo paradigma de trabajo desde la edición independiente, se expresa en el hecho de que buena parte de la producción de historietas rioplatense contemporánea presenta innovaciones gobernadas “por propósitos culturales internos” (Williams, 1994: 98). Es decir, las obras están destinadas a la apropiación simbólica, sin mediar una directa orientación o arreglo hacia fines económicos, aunque ésta siempre está en juego. Sin ir más lejos, los sellos más importantes y referentes del modelo autogestivo, como Maten al Mensajero, Loco Rabia, o Buen Gusto Ediciones, asumen un *posicionamiento doble* en el espacio editorial, que consiste en la doble estrategia

de publicar autores ignotos y menos reconocidos, y otros ya legitimados que garanticen ventas y la acumulación de capital simbólico (Bubenik y Gago, 2017). Esa estrategia no surge simplemente de una elección al azar, ni tampoco es plenamente consciente, pero es la forma que muchos autoeditores encontraron, y encuentran, para hacer y publicar historietas bajo condiciones de producción impuestas por un modelo económico de libre mercado (Copari, 2018), y que involucra el ya citado “proceso de trabajo” de autores y editores descrito en el apartado anterior. Claro que en cierta región del campo, gobiernan otros principios y propósitos como lo puede ser el criterio de generación de marca orientado al entretenimiento y al consumo masivo, quedando ya en un segundo plano la experimentación estética y narrativa. Es, a nuestro entender, el caso de autores como Nik con su tira *Gaturro*, probablemente el personaje de historieta más rentable comercialmente y dirigido mayormente al segmento de público infantil.

Si bien no podemos generalizar, existe hoy en el campo de la historieta, en sus productores y editores –y por qué no también en los propios lectores–, una *disposición militante* asociada a un sentido del *ser* y del *pertenecer* a un espacio social y cultural: el *ambiente* del cómic, con sus instituciones y espacios de encuentro, de intercambio y de sociabilidad específicos –y no tanto– que también fungen como instancias de visibilización, legitimación y consagración de obras y de autores.

Conclusión

Nos resta ampliar, en un trabajo más extenso, estas reflexiones sociológicas sobre una serie de aspectos del mundo de la producción y la edición de historietas en Argentina. Los fenómenos de sentido e ideales tienen efecto en la materialidad de procesos culturales tales como la conformación y desarrollo de economías de bienes simbólicos, en nuestro caso el campo de la historieta rioplatense, con sus reglas de funcionamiento –tanto en producción como en edición y circulación–, y sus criterios e instancias de legitimidad y consagración, siempre tensionadas respecto de la racionalidad instrumental o conforme a fines económico/comerciales.

Bibliografía

Bubenik, M. y Gago, S. (2017). “Llanto de Mudo: un modelo de producción y edición autogestiva en el campo de la historieta argentina contemporánea”. Villa María: Universidad Nacional de Villa María. Acceso: http://catalogo.unvm.edu.ar/doc_num.php?explnum_id=1453

Copari, L. (2018). Tesis de maestría: “Editoriales literarias en el cambio de siglo: entre el mercado, la autogestión y el disfrute cultural”. Universidad Nacional de Córdoba - Facultad de Ciencias Sociales Centro de

Estudios Avanzados - Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea.

Gago, S. (2018). “Edición autogestiva en la historieta rioplatense: islas de *orgullo* y *satisfacción* en el mercado global”, ponencia presentada en *II Seminario de Teoría Crítica de la Comunicación*. Evento organizado por Unión Latina de Economía Política de la información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC) y la Red Latina de Teorías Críticas de la Comunicación y Cultura (CRITICOM). Salamanca, España.

Reggiani, F. (2012). “Nombres propios, política y representación: Sarna y El síndrome Guastavino”, en *Creencias bien fundadas: Historieta política en Argentina, de la transición democrática al kirchnerismo* (Berone y Reggiani -eds-). Córdoba: Colección Estudios y Crítica de la Historieta Argentina, Universidad Nacional de Córdoba.

Vigna, D. (2014). *La década posteada. Blogs de escritores argentinos (2002-2012)*. Córdoba: Alción Editora.

von Sprecher, R. (2010). “La sociología comprensiva de Max Weber”, en von Sprecher, R. (ed.) *Teorías Sociológicas: Introducción a los clásicos*. Cuarta Edición. Córdoba: Editorial Brujas.

----- (2018). “¿Cómo estudiamos la historieta argentina?” en (Gago, S. y Lomsacov, I. –eds.-) *Viñetas bajo la lupa. Algunas claves de lectura sobre historieta argentina*. Córdoba: Colección Estudios y Crítica de la Historieta Argentina, Universidad Nacional de Córdoba.

Williams, R. (1994). *Sociología de la cultura*. Barcelona: Ediciones Paidós.

EL RESCATE DE UNA COMUNIDAD POR EL MONTAJE, EN LA MUESTRA PRESENTES. AUTORAS DE TEBEO DE AYER Y HOY

Meriles, Alejandra

FCC y FFyH - UNC / meriles@hotmail.com.ar

Palabras claves: museo; historieta; mujer; genealogía; trabajo artístico

“El hijo bastardo del Arte y del Comercio asesina a sus padres y sale a pasear un domingo” (1989) es una de las obras-manifiesto de Art Spiegelman que mejor sintetizan la trama de tensiones provocadas por la intrusión de la historieta en el museo (Pons, 2017). Obra única vs reproducción masiva, denegación del interés económico vs ventas de *bestseller*, alta cultura vs baja cultura, etc., son algunas de las parejas opositivas que (según he logrado observar en el transcurso de una investigación reciente) se resuelven de una manera particular en cada caso.

En la muestra *Presentes. Autoras de tebeo de ayer y hoy*, por ejemplo, con el objetivo de visibilizar a las trabajadoras en la industria española de la historieta (Berrocal y McCausland, 2017a), se ha formado un archivo, un *corpus* de 52 obras (y en crecimiento, Autoras de Cómic, 2017) de 52 obras, a las que se decidió exponer de una manera ni cronológica ni lineal. Este diseño de un relato histórico que no responda a los criterios canónicos, es el acierto que, considero, provoca un plus de efectos epistemológicos, aunque no se los hubiese buscado explícitamente.

Para que la institución museal no refuerce el privilegio de quienes, a raíz de la frecuencia de visitas y del estímulo familiar para el goce de las obras, ya poseen el hábito de este consumo cultural, son necesarias las intervenciones pedagógicas (Bourdieu, 2010). El acceso (público y gratuito) no garantiza al deseo. En la profunda revisión de teorías, estrategias y diseños de experiencias educativas que realizan Alderoqui y Pedersoli (2011), rescataré a aquellas que se refieren al planeamiento del uso del espacio para, entonces, describir las diferencias entre la primera edición de *Presentes* en Roma, y la emplazada en el Centro Cultural España-Córdoba; así como a las que aclaran clasificaciones de tipos de públicos para reconocer la versatilidad del diseño, y en ambas ocasiones.

El montaje de una historia a través de imágenes provoca una lectura con valor cognoscitivo, epistemológico, o de conocimiento, distinto a la lectura de un relato escrito (Didi-Huberman, 2009). Si bien las páginas de historietas dibujadas y/o guionadas por mujeres estaban acompañadas por carteles informativos, las relaciones de estilo de dibujo, de trazo, o de tema que unían a cada pareja de autoras, no seguía una cronología. La recurrencia de cuestionamientos, y de formas de resolver gráficamente historias o nudos narrativos, reunía a un grupo de mujeres que habían participado en distintas etapas de la industria historetística española y, actualmente, deslocalizada y mundial.

En Argentina, el modelo de producción masiva de historietas también fue mutando (Vázquez, 2010) desde su época más fordista (1950-mediados de 1970), en la que

las editoriales privilegiaban la continuidad de las series, los personajes y los estilos narrativos, empleando a artistas que pudieran plegarse a estos formatos; hacia un periodo (1980-hoy) de reconocimiento de los proyectos autorales y recurso a la autogestión como estrategia de mercado. Estos cambios (*objetivos*), empero, en el caso argentino, no impidieron la transmisión intergeneracional en la forma de *escuelas*, talleres, publicaciones colectivas, etc.. Las curadoras, con su rescate de las trayectorias individuales de las mujeres que, algunas veces muy solitariamente, habían participado en publicaciones españolas de historietas, desearon construir una “cartografía iluminadora de relaciones y argumentos que desemboquen en la idea de hermandad entre autoras y lectoras de cómic, para, a partir de esa comunión, impulsar la lucha por ocupar el lugar que por justicia merecen las mujeres, también en este ámbito.” (Berrocal y McCausland, 2017a)

Con esta exposición radial, tejida, *montaron* el cuerpo de una comunidad que no lograba reconocerse como tal. No sólo la reivindicación es externa, para el público que no consume historietas, sino también para nosotras mismas, para las mujeres que (cada vez menos como bajo la figura de *minoría*) participamos de este campo.

Como señala García, con respecto a las consecuencias de las reflexiones didi-hubermanianas: “La *imagen* como *exposición* da cuenta no sólo de su descentramiento, sino también de su vulnerabilidad, de la fragilidad que la habita y que ella expone, deja ver.” (García, 2017: 51). De aquí, el reconocimiento de la supervivencia precaria, de una comunidad que no se contenta con una “*declaración de impotencia*” (García, 2017: 51), y se sirve de la reconstrucción de su genealogía para ilustrar su potencia y su *por-venir*.

Bibliografía

- Alderoqui, S. y Pedersoli, C. (2011) *La educación en los museos: de los objetos a los visitantes*. Buenos Aires: Paidós.
- Berrocal, C. y McCausland, E. (2017a). “Repensar a través de la viñeta”, texto curatorial de *Presentes: Autoras de tebeo de ayer y hoy*, folleto. Córdoba: CCEC.
- Berrocal, C. y McCausland, E. eds. (2017b). *Presentes: Autoras de tebeo de ayer y hoy*, catálogo de muestra homónima. España: AECID.
- Bourdieu, P. (2010). “Los museos y su público” y “El consumo cultural”, en *El sentido social del gusto*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Didi-Huberman, G. (2009). *La imagen superviviente. Historia del arte y tiempo de los fantasmas según Aby Warburg*. Madrid: Abada Editores.
- García, L. I. (2017). “La comunidad en montaje. Georges Didi-Huberman y la política en las imágenes”, en L. I. García ed.: *La imaginación política: interrogantes contemporáneos sobre arte y política*. Adrogué: Ediciones



La Cebra.

Vazquez, L. (2010). *El oficio de las viñetas: la industria de la historieta argentina*. Buenos Aires: Paidós.

Recursos audiovisuales

Autoras de Cómic (2017). *Presentes: Autoras de tebeo de ayer y hoy*, video documental con entrevistas de la muestra homónima, en línea desde 3-03-2017. Acceso 1º-03-2018, en < <https://vimeo.com/206609128> >

Pons, A. (2017) “Y Superman entró en el museo. El arte del cómic”, conferencia en Museo Nacional del Prado, Madrid, 29-03-2017. Acceso 13-03-2018, en < <https://www.youtube.com/watch?v=mvFquF6LLgY> >



EJE N°7



Comunicación y educación

PROPUESTA DE DIÁLOGOS EDUCATIVOS

VIOLENCIA EN LAS ESCUELAS:

REFLEXIÓN Y DIALOGICIDAD

Prácticas educativas para desnaturalizar y problematizar la violencia

Acebedo, Fabián

Bratti, Fernanda

Gordillo, Fernando

Maidana, Hugo

Destinatarios: perfil y características

Docentes y estudiantes de nivel terciario, universitario que aspiran a tener herramientas para revisar y reflexionar sobre prácticas violentas en las instituciones educativas.

Fundamentación

La propuesta surge para satisfacer la necesidad de propiciar espacios de reflexión sobre lo que se conoce como "Violencia Escolar" entre docentes y alumnos del sistema educativo actual. Pensamos que la noción de violencia es una construcción permanente surgida de la realidad social. Dice Fernando Osorio, "es un concepto construido desde el imaginario colectivo e impuesto por la opinión pública a partir, claro está, de una realidad cotidiana violenta." Entonces entendemos a la violencia como un discurso que está en permanente construcción social y es determinado en comunidad, que permite también construir una imagen sobre la realidad social. "Esta imagen hace las veces de una envoltura formal de la problemática. El fenómeno de la violencia escolar aparece, entonces, delimitado y ajustado a una idea más inteligible, más aprehensible. De este modo se puede ejercer vigilancia y control sobre ella, con el objetivo de dominar lo que se presenta como caos o descontrol."³

De allí que entendemos desde una perspectiva comunicativa, en el mismo sentido que Jesús Martín Barbero citando a Freire que "es sólo luchando contra su propia inercia, como el lenguaje puede constituirse en palabra de un sujeto, esto es, hacerse una pregunta

que instaura el espacio de la comunicación. Freire llamará por eso palabra generadora a aquella, que, a la vez que se activa, despliega el espesor de significaciones sedimentada en ella por la comunidad de los hablantes; por esta palabra se hace posible la generación de nuevos sentidos desde los que reinventar el presente y construir futuro"⁴

Así, podremos analizar la violencia desde un lugar de inclusión "Comprenderemos algo de nuestra experiencia si percibimos que lo que cambia es el estatuto de los excluidos: excluidos de la imagen y del consumo. Cambia el estatuto de los excluidos, pero cambia también el mecanismo de la exclusión: no hay un discurso claro de la exclusión. La exclusión actual eminentemente pragmática, procede sin discurso. Excluir sin discurso es la operación pura de la violencia."⁵ ¿Cuál es entonces la posibilidad de inclusión discursiva que no esté guiada por la matriz de la imagen y el discurso que impone el mercado? Como señalamos anteriormente el aporte fundamental que desde el campo de la comunicación podemos trabajar a nivel educativo tiene que ver con la **dialogicidad** por todos los medios de los que disponemos en la actualidad. Buscando generar diálogo y reflexión, otorgando más herramientas a los docentes, pues, tal como sostiene Paulo Freire, es solo luchando contra su propia inercia como el lenguaje puede constituirse en palabra de un sujeto. La violencia está tan naturalizada que en gran medida e invisiblemente ya forma parte de los códigos con los que se socializa. Por lo tanto esto constituye un hecho de comunicación y una matriz cultural, que determina y configura nuevas subjetividades.

Objetivos

Generales

- . Desnaturalizar las prácticas violentas por medio de estrategias de comunicación, ocupando el lugar de la expresión y la construcción.
- . Recuperar la emocionalidad asociada con la producción y la singularidad.
- . Propiciar un proceso dialógico, renovador y generador de sentidos subjetivos.

Específicos

- . Descubrir las manifestaciones discursivas que son indiciarias de agresión.
- . Analizar la violencia desde una perspectiva comunicativa y educativa más amplia que la institucional y la mediática.

3 "Violencia en las escuelas". Un análisis desde la subjetividad. Fernando Osorio. Editorial Noveduc Pág. 22.

4 Jesús Martín Barbero; La educación desde la comunicación. Editorial Norma, página 19.

5 Pensar sin Estado. Ignacio Lewkowicz, Ibid, página 60-61.

- . Promover una experiencia de reflexión compartida entre los actores de manera tal que la participación, genere mayores posibilidades de incidir sobre las prácticas de enseñanza.
- . Lograr una situación dialógica con soportes tecnológicos.

Contenidos: conceptos-ideas

Muchas de las pulsiones violentas que vemos a diario pueden leerse como reproducción de una microfísica de poder instalada en los cuerpos que presenta una tensión y una disociación entre mi “yo” y ese “otro” conocido/desconocido, en cuya interacción intervienen los discursos sociales, las instituciones y el mismo mercado. Entendemos que cuando la relación “yo”/“otro” es de violencia, se produce en el orden que Peirce llama “secundidad”, ya que no puede procesarse desde una actividad reflexiva y se convierte en acto puro, en pura representación de choque y fuerza. Una de las características sobresaliente de los hechos de violencia es que son actos cometidos y sufridos que marcan o intentan marcar el cuerpo propio y/o ajeno, aún cuando se trate de violencia verbal y no física. El daño siempre es en el cuerpo. Toda violencia sucede entonces, en la **fenomenología de la secundidad**. Peirce define al signo como “algo que está para alguien por algo, en algún aspecto o carácter”. Se dirige a alguien, es decir, crea en la mente de esa persona un signo equivalente. Dice Peirce, a este signo creado, yo lo llamo, el interpretante del primer signo. El signo esta en lugar de algo, su objeto⁶.

Poder pensar los hechos de violencia, implica generar un nuevo signo, un representamen, al ubicarnos en la reflexión con respecto a los actos concretos, característicos de la secundidad, ya incluimos un tercer elemento, el interpretante, es decir una **fenomenología de terceridad**.

La secundidad siempre implica el enfrentamiento entre dos cosas, por ello indicamos que pertenece al orden de lo existente, lo concreto, lo bruto. Son dos cosas enfrentadas sin ningún tipo de racionalización que permita establecer alguna relación entre ellas. La violencia acontece, es por lo tanto siempre presente, siempre choque, nuestro esfuerzo está puesto en generar un tercer término. Poner en relación racional los hechos agraviantes y desnaturalizar desde la reflexión la violencia. Somos concientes con ello que a la vez de realizar esta actividad, estamos generando una nueva producción de sentido y con ello un nuevo signo que genera otro eslabón en esta cadena de **semiosis social**. Comprendemos desde este paradigma, que la red significativa en la semiosis social es infinita, tanto en el plano sincrónico como diacrónico. Por otra parte “la red

infinita de la semiosis social se desenvuelve en el espacio-tiempo de las materias significantes, de la sociedad y de la historia”⁷ Por lo tanto planteamos desde esta perspectiva, repensar y problematizar la violencia, a través de una práctica basada en la **dialogicidad**, nuestro propósito es intentar que los actos cotidianos sean repensados.

Tomamos también el aporte del pensamiento de Paul Watzlawick, quien sostiene algunas nociones fundamentales en las que basamos nuestra mirada al interior de las relaciones intersubjetivas, entre ellas:

Es imposible no comunicarse: Todo comportamiento es una forma de comunicación. Como no existe forma contraria al comportamiento (“no-comportamiento” o “anti-comportamiento”), tampoco existe “no-comunicación”.

Toda comunicación tiene un nivel de contenido y un nivel de relación, de tal manera que el último clasifica al primero, y es, por tanto, una **metacomunicación**: Esto significa que toda comunicación tiene, además del significado de las palabras, más información sobre cómo el que habla quiere ser entendido, así también, cómo la persona receptora va a entender el mensaje; y cómo el primero ve su relación con el receptor de la información. Existen además intercambios comunicacionales que pueden ser tanto simétricos como complementarios: dependen de si la relación de las personas comunicantes está basada en intercambios igualitarios, es decir, tienden a igualar su conducta recíproca; o si está basada en intercambios aditivos, es decir, donde uno y otro se complementan, produciendo un acoplamiento recíproco de la relación. Podemos decir que son relaciones basadas en la igualdad o en la diferencia. Entonces en la interacción simétrica se da la igualdad (una relación entre hermanos), mientras que la interacción complementaria está basada en las diferencias. Es decir, en las relaciones complementarias, la conducta de uno de los participantes complementa la del otro: tal es la relación padre – hijo, maestro – alumno. Es interesante como comprende Watzlawick que en estos juegos complementarios ninguno de los participantes impone al otro el tipo de relación, sino que cada uno se comporta de una manera que presupone la conducta del otro. Y esto sucede en todas las relaciones de poder, incluso entre pares cuando invisten las conductas del “jefe del curso” en franca oposición al “cobarde”.

Pero el ser humano tiene la posibilidad comunicativa de falsificar señales identificatorias, tal como indica Ana Levstein, cuando plantea que el esquizofrénico al tener perturbado su sistema comunicativo no puede discriminar modos comunicacionales, pero a menudo sucede lo mismo en personas normales, hay ocasiones en las que se manifiestan “embrollos comunicativos” en

6 Charles S. Peirce; Obra: Lógico- Semiótica. Madrid, Taurus, 1987. PP. 244 -5

7 Verón Eliseo. La Semiosis Social. Gedisa, Barcelona 1981. PP 19

situaciones en las que hay que explicar a las personas que se trata sólo de un juego o de un actor interpretando un papel. El origen de estos fenómenos para Bateson está en relación al “doble vínculo en donde el “yo” no se atreve a discriminar entre los hechos y las fantasías y entre lo literal y lo metafórico”.

El **doble vínculo**⁸, postula que la patología de la esquizofrenia surge en el contexto de los patrones de relación recurrentes a través de los cuales se desempeña el sujeto y está particularmente ligada a trastornos o incongruencias entre los niveles lógicos de la comunicación. Se refiere a una paradoja comunicativa descrita, primero, en familias con un miembro esquizofrénico.

En las posibilidades de operar que tiene la comunicación verbal humana sobre el comportamiento, vemos la viabilidad del pasaje desde el comportamiento espontáneo de orden indicial – o de la secundariedad- al comportamiento de hábitos y manejo de símbolos y leyes,- propio de la terceridad. Para nosotros esto puede lograrse mediante la superación de lo que Bateson señala como relaciones “complementarias” a un tipo de relación de estados afectivos, en los que se puede distinguir el signo como señal, y por lo tanto ingresar en el orden de la “terceridad”. Esta reproducción de la **metacomunicación** permite generar reflexiones acerca de la violencia y comprender al otro. Debido a que “No hay Yo sin Otro. Para el psicoanálisis, el Sujeto no es un dato inicial, el único dato inicial es el Otro, que es el lugar del lenguaje y del código. Lacan vio que en la comunicación humana, el emisor, recibe su mensaje del receptor en forma invertida (en espejo, como un Doble)”⁹ Esa visión y los procesos por los cuales comprendo mi yo en relación, son los que definen la posibilidad de simbolización si se da este reflejo en el que puedo verme, o la autodestrucción cuando prevalece en ese espejo el Otro al Yo, y por lo tanto, el simulacro cobra realidad y ésta se disuelve cuando los “marcos” y los “tipos lógicos” no funcionan. Nuestra propuesta es generar marcos desde los cuales pensar simbólicamente la realidad y observar mi Yo por medio de Otros.

El nombre de nuestra propuesta **“Códigos de Simulación”** implica una paradoja comunicacional. Es una paradoja en el sentido absurdo de los términos, todo código excluiría la posibilidad de falsear la realidad, y toda simulación se ubica en las antípodas de la codificación. En nuestro análisis entendemos esta paradoja como una relación comunicativa que hace lazo para metabolizar “dobles vínculos” que existen en la comunicación social. Es así como podremos entender estos dobles sentidos, provenientes de dobles discursos transmitidos como un

mandato contradictorio que configura a los sujetos. Nuestro gran interrogante es cómo metabolizar estos dobles vínculos para transformarlos en algo propositivo que genere lazos sociales y no que constituyan violencia y agresión.

El discurso de la no violencia, de la tolerancia, del multiculturalismo, de reflexionar y pensar en el otro debe ser construido en conjunto con los sujetos intervinientes del proceso educativo puesto en práctica. Tanto los alumnos, como los profesores, padres y autoridades deben interactuar dialógicamente para pensar la realidad y construir soluciones en la práctica. Es evidente que en esta focalización el núcleo principal está puesto en la comunicación llevada a la práctica concreta en el campo social.

En un contexto en el que el educando no ingrese su visión del mundo, el educador en lugar de comunicarse sólo realiza comunicados y depósitos en sus educandos. A este tipo de prácticas tan presentes en las escuelas que hemos observado Paulo Freire la denomina “concepción bancaria de la educación”.

Pero la educación debe ser un proceso de búsqueda si quiere ser liberadora y dialógica. Por otra parte sólo existe saber en la invención, la creatividad, en la búsqueda inquieta que deben realizar los sujetos intervinientes del proceso educativo en el mundo y con el mundo. Para Freire la vida humana sólo tiene sentido en la comunicación. El educador sólo gana en la autenticidad del pensar de los educandos, mediatizados ambos por la realidad, y por ende, en la intercomunicación, de ahí que no pueda ser un pensar en forma aislada, en una torre de marfil, sino en y por la comunicación en torno, repetimos, de una realidad.

El sujeto que no tiene capacidad de acción va a buscar su posibilidad de decir cuando descubre su incapacidad para desarrollar el uso de sus facultades de comunicación. Esta es una de las puertas de entrada que tiene la violencia y que puede explicar la manifestación de actos violentos en las aulas y el comportamiento violento sinérgico de los recreos, en donde se representan las frustraciones y la angustia por medio de una supuesta seguridad en un juego complejo de significaciones expresadas en el campo práctico, llámese golpes, grupos, aprietes, peleas, y la consecuente pérdida de reflexión del acto justificada por la supervivencia del más apto. Según Erich Fromm, este sufrimiento se origina “del hecho de haberse perturbado el equilibrio humano”¹⁰

Este no poder actuar que provoca el sufrimiento, genera las condiciones en los sujetos de rechazo a su impotencia. Intenta entonces “restablecer su capacidad de acción”.

A la acción y la reflexión de los hombres sobre el mundo para generar cambios la entendemos desde el campo de la pedagogía como **“educación problematizadora”**,

8 Bateson, Gregory (1972), en Levstein (2006). Pasos hacia una ecología de la mente: colección de ensayos en antropología, psiquiatría, evolución y epistemología, Ballantine Books.

9 Ana Levstein Ibid Pag.136.

10 Erich Fromm, op. cit., pp.28-29.

140

y se basa precisamente en otorgar la esencia del ser de la conciencia, que es su “intencionalidad”, niega los comunicados y da existencia a la comunicación. Este tipo de conceptos plantea la superación de la contradicción educador-educandos; ya que sin ésta superación no es posible pensar en una relación dialógica de comunicación. Por otra parte implica permitir que el sujeto se identifique con lo propio de la conciencia que es ser, siempre, conciencia de, “no sólo cuando se intenciona hacia objetos, sino también cuando se vuelve sobre sí misma, en lo que Jaspers denomina escisión”. Es en otras palabras no observarme a mí mismo como un ente, sino como escisión, soy objeto para mí mismo y puedo reflexionarme.¹¹

De este modo el educador problematizador rehace constantemente su acto cognoscente en la cognoscibilidad de los educandos.

Por lo tanto el educador tendrá la tarea fundamental de **generar las condiciones** para que se pueda establecer la **comunicación dialógica** y que se plantee la reflexión mutua de los sujetos de acción en el diálogo. Lo que perseguimos es la emersión de las conciencias, de la que resulta “la inmersión crítica en la realidad”.¹²

Pensarse a sí mismos y al mundo, simultáneamente, sin dicotomizar este pensar de la acción. Esta noción de sujeto inacabado que va aprendiendo con otros sujetos para transformar la realidad por medio de acciones concretas comunicativas es precisamente una práctica liberadora; la violencia implica exactamente lo contrario. Entonces violencia sería, como de hecho lo es para nuestra visión de la problemática, que los hombres, seres históricos y necesariamente insertos en un movimiento de búsqueda con otros hombres, no fuesen el sujeto de su propio movimiento.

Cualquiera sea la situación de prohibición en la que algunos hombres prohíban a otros la dialogicidad y la búsqueda comunicativa, se transforma en una situación violenta. Por todo esto, es fundamental en este contexto luchar por la emancipación con los sujetos que intervienen en el proceso educativo.

Y tal como sostiene Freire, existir humanamente, es pronunciar el mundo, es transformarlo. El mundo pronunciado, a su vez, retorna problematizado a los sujetos pronunciantes, exigiendo de ellos un nuevo pronunciamiento. Los hombres no se hacen en el silencio, sino en la palabra, en el trabajo, en la acción, en la reflexión. Pero, por otra parte también hay un elemento central en la **educación problematizadora** propuesta por el modelo pedagógico de Freire: la confianza. La

confianza va haciendo que los sujetos dialógicos se sientan cada vez más compañeros en su pronunciación del mundo. Se reconozcan como sujetos con argumentos y visiones del mundo que pueden compartir en el campo de la comunicación.

A la actividad dialógica se le debe exigir el pensamiento crítico. Esto significa que será fundamental el pensar crítico para la permanente transformación de la realidad. Citando a Pierre Furter “la meta no será ya eliminar los riesgos de la temporalidad, adhiriéndome al espacio garantizado, sino temporalizar el espacio. El universo no se me revela en el espacio imponiéndome una presencia maciza a la cual sólo puedo adaptarme, sino que se me revela como campo, un dominio que va tomando forma en la medida de mi acción.”¹³

Sólo el diálogo puede permitirnos generar el espacio gnoseológico para nuestro pensar crítico, esto es temporalizar el espacio con los temas coyunturales de los sujetos que se comunican dialógicamente.

El **carácter dialógico de los textos con sus contextos**¹⁴ y la idea de la **interdiscursividad** nos ayudarán en el camino de la reflexión crítica, ambas nociones son centrales en la comunicación dialógica. Es decir, por un lado, no es posible comprender un discurso sino en sus relaciones múltiples con otros y con sus contextos, eso es lo que “da vida a un discurso. Ello presupone, siguiendo a MALKUZINSKI, P. (1996) la idea de un/os sujeto/s que se constituyen como sujetos/discursos en permanente interacción con otros sujetos/discursos (en sentido plural) atravesados por condiciones socioculturales complejas. De ahí la importancia de conocer los modos a través de los cuales se articulan y construyen los discursos porque esa operación permite ingresar en el entramado de significaciones donde los sujetos nos subjetivamos y conferimos sentido a nuestras vidas, al mundo, a la realidad.

Por otra parte somos conscientes de que existe una interdependencia entre la práctica política y la producción discursiva. Partimos de afirmar que, en este contexto teórico, el dialogismo no es una interacción placentera; sino que hay disputa, hay polémicas. Necesariamente el carácter activo del sujeto/discurso, acarrea relaciones continuas con unos/as y otros/as que son radicalmente diferentes y que por lo tanto, están ahí definiéndose en

13 Pierre Furter, Educación y vida. Petrópolis- Río, Editorial Vozes, 1966. Páginas 26 y 27.

14 “El texto vive únicamente si está en contacto con otro texto (contexto)” (384); (...) “cada palabra (cada signo) del texto conduce fuera de sus límites. Toda comprensión representa la confrontación de un texto con otros textos” (383), (BAJTIN, M. Estética de la creación verbal. México: Siglo XXI. 1985. Capítulo: Hacia una metodología de las ciencias humanas).

11 Kart Jaspers, Filosofía, vol. 1, Madrid, Ed. De la Universidad de Puerto Rico, Revista Occidente, 1958, p.6.

12 Pedagogía del oprimido- editorial siglo veintiuno editores Argentina. Paulo Freire, pagina 92-93.

cuanto a procesos de conformación de identidades.

Las prácticas políticas tienen una dimensión dialógica constitutiva, ya que es sólo a través de sistemas de signos, significaciones, representaciones y discursos (en todos los niveles) que los sujetos pueden transformar la realidad que definen a través de recursos que tienen una base discursiva (además de material) y que adquieren determinados sentidos según los contextos y condiciones de producción. El discurso en este contexto además de manifestar relaciones de poder, tiene una característica sobresaliente. Para Bajtin el discurso es esencialmente abierto, en interacción dialógica con miles de textos que se entrecruzan y con un contexto que cambia permanentemente, redefiniendo y produciendo nuevos sentidos (dimensión semiótica de la realidad). Entonces, frente a la pregunta sobre el cómo aprehendemos el sentido en los textos, Bajtin nos respondería en el entramado de los cruces de los textos con sus contextos, acto que supone necesariamente la comprensión dialógica como una tarea activa, nunca definitiva e inestable, en donde se ponen en juego diversidad de voces sociales, multiplicidad de valoraciones y símbolos¹⁵.

Bibliografía

Federico Nietzsche, *"Humano demasiado humano"*. Edición Mexicanos Unidos-(1994)

Leonor Arfuch, *"Identidades, sujetos y subjetividades"*. Editorial Prometeos Libros- (2005)

Daniel Prieto Castillo, *"La comunicación en la ecuación"*. Editorial Stella - (2005)

Ignacio Lewkowicz, *"Pensar sin Estado. La subjetividad en la era de la fluidez"*. Editorial Paidós (2004)

Alain Guillothe, *"Violencia y educación. Incidentes, incivildades y autoridad en el contexto escolar"*. Editorial Amorrortu Editores- (2003)

Adolfo Perinat Maseres y otros, *"Los adolescentes en el siglo XXI"*. Editorial UOC- (2003)

Guillermo Jaim Etcheverry, *"La tragedia educativa"*. Editorial EFE. (2000)

Guillermo Obiols, Silvia Di Segni Obiols, *"Adolescencia, posmodernidad y escuela"*. Editorial Noveduc. (2006)

Niñez y adolescencia en la prensa Argentina - Fundación ARCOR- 2004

Sandra Carli, *"Estudios sobre comunicación, educación y cultura"* Editorial Stella. (2003)

Paulo Freire, *"La educación como práctica para la*

libertad". Editorial Siglo XXI Editores (2005)

Marta Palacio, *"Diálogos pedagógicos"* Año III N°5. Año 2005

David Jobnson, Roger T.Jobnson, *"Como reducir la violencia en las escuelas"*. Editorial Paidós educador. (2004)

Adelmo Montenegro, *"Crisis del hombre y la educación"*. Editorial EUDEBA. (1987)

Fernando Osorio. *"Violencia en las escuelas"*. Un análisis desde la subjetividad. Editorial Noveduc.

Silvia Duschatzky. *"Niñez y adolescencia en la prensa argentina"*. Informe anual, monitoreo (2004). Periodismo social.

Jesús Martín Barbero; *"La educación desde la comunicación"*. Editorial Norma (2003)

Lucía Garay, Sandra Gezmet. *"Violencia en las escuelas, fracaso educativo"*. Cuaderno de Postgrado.Centro de Investigaciones de la facultad de Filosofía y Humanidades. UNC. Córdoba (2000)

Silvia Duschatzky y Cristina Corea. *"Chicos en Banda"*. Editorial Paidós.(2004)

Michel Foucault *"Tecnologías del yo"* Editorial Paidós-(1990).

El sujeto y la subjetividad: *"algunos de los dilemas actuales de su estudio"* - Universidad de la Habana, Cuba y Universidad de de Brasilia (2003)

María Susana Paponi *"El cuerpo impregnado de historia"* en *"La comunicación como riesgo"* Ediciones al margen. (2006)

Foucault Michel, *"Vigilar y Castigar"*, Siglo XXI, México (1975)

Charles S. Peirce; Obra: *Lógico- Semiótica*. Madrid, Taurus, 1987. PP. 244 -5

Verón Eliseo. *"La Semiosis Social"*. Gedisa, Barcelona. (1981)

Ana Levstein *"El cuerpo de mi doble. Esquizofrenia y semiótica"* en *"La comunicación como riesgo"* Ediciones al margen. (2006)

Bateson, Gregory (1972), *"Pasos hacia una ecología de la mente: colección de ensayos en antropología, psiquiatría, evolución y epistemología"*, Ballantine Books.

Paulo Freire. *"Pedagogía del oprimido"*- Editorial Siglo XXI Editores, Argentina (2005)

Erich Fromm. *"El corazón del hombre"*. México. Ed. Fondo de Cultura económica (1967)

Kart Jaspers, *"Filosofía, vol. 1"*, Madrid, Ed. De la Universidad de Puerto Rico, Revista Occidente, (1958)

Jean Paul Sastre. *"El hombre y las cosas"*, Buenos Aires, Ed Losada, (1955)

Pierre Furter. *"Educación y vida"*. Petrópolis- Río, Editorial Vozes. (1966)

Bajtin, M. *"El marxismo y la filosofía del lenguaje"*. Madrid:

15 "El sentido siempre es una variable coyuntural. Desde una perspectiva dialógica bajtiniana, el sentido no es el punto de vista objetivado, borroso, transhistórico, asimilable a una 'verdad' simbólica de significación, paradigmáticamente impersonal, es decir 'universal', supuestamente neutro" (MALKUZINSKI, P. (1996) Ob Cit. Pág. 32).

Alianza. (1992). Capítulo 3: Filosofía del lenguaje y la psicología objetiva.
 Bajtin, M. “*Estética de la creación verbal*”. México: Siglo XXI. (1985)
 Malkuzinski, P. Notas extraídas del Seminario “Género y espacios íntimos”. (1996)
 María Rosa Neufeld. “*De eso no se habla*” Ed Eudeba. Buenos Aires, (1999)
 Silvia Duschatzky. “*De la diversidad de la escuela a la escuela de la diversidad*”. En propuesta educativa N°15. (1996)
 Watzlawick, Paul. “*Paradoja y referencia en las relaciones humanas*”. También en “*A propósito de Gregory Bateson*” Coloquio de Cerisy, Nueva Visión. Buenos Aires. (1991).
 Paulo Freire. “*Política y educación*” - Editorial Siglo XXI Editores, Argentina (1996)

Páginas Web consultadas:

http://www.nuevasoc.org.ve/upload/anexos/foro_www.lazarillo.com/latina/a1999c/139quesada.htm
www.flacso.org.ar/areasyproyectos/areas/ae/investigacion_violencia_escuela_sub.jsp#arriba
www.psicosocialdelsur.com.ar/textos/a-violencia.html
<http://www.clacso.edu.ar>
<http://roble.pntic.mec.es/~fromero/violencia/intro.htm>
[http://members.tripod.com/~Daniel E Cantoni/index-15.html](http://members.tripod.com/~Daniel_E_Cantoni/index-15.html)
<http://weblog.educ.ar/noticias/archives/002672.php>
 Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
www.clarin.com/diario/2005/10/04/sociedad/s-03303.htm
www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/139quesada.htm
<http://www.scielo.cl/scielo.php>
www.who.int/violence_injury_prevention/violence/world_report/wrvh1/en/
http://nces.ed.gov/pubs2002/2002331_2.pdf
<http://didac.unizar.es/abernat/zgeneral/VESCTODO.pdf>
<http://iteso.mx/~armandos/>
www.paulofreire.org
http://cordobatech.com.ar/demos/demo_curso_violencia_escuela.pdf

“VOCES JUVENILES. REFLEXIONANDO REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS”.

Abalos, Roberto (FCC – UNC)
robertooscarabalos@gmail.com

Galán, Marcos (FCC – UNC)
Marcosgalann@gmail.com

Tsernotópulos, Marina (FCC-UNC)
marinatsernotopulos@gmail.com

Palabras clave: juventud; estereotipos; mediación; educación; comunicación.

El presente escrito busca dar cuenta de la importancia de desarrollar, en espacios educativos, estrategias reflexivas en torno a las presentaciones que circulan sobre la juventud en los medios de comunicación.

“Voces juveniles” fue un trabajo final de grado llevado a cabo en el sexto año de comunicación del IPEM n° 138 de la ciudad de Córdoba, durante el cual las y los estudiantes abordaron de manera crítica diferentes representaciones relacionadas con diversas temáticas comúnmente asociadas a la juventud, con el fin de construir un producto comunicacional a modo de respuesta que dé cuenta de su voz y su opinión respecto a las mismas.

Durante el desarrollo de los encuentros se pudo notar que las y los jóvenes no consumen contenidos de los medios de comunicación tradicionales, pero si se ven afectados por los mismos a través del impacto que producen en las y los adultos que forman parte de su cotidianidad, quienes usualmente reproducen estos mensajes estereotipantes y se refieren a la juventud haciendo uso de generalizaciones, con las que estos chicos y chicas admitieron no sentirse identificados/as.

¿Qué reflexiones construyen los y las jóvenes estudiantes de la orientación en comunicación de colegios secundarios de la ciudad de Córdoba, al analizar las representaciones que los medios de comunicación tradicionales producen y difunden acerca de la juventud?

Buscando responder esa pregunta es que se llevó a cabo el presente proyecto, el cual generó un espacio de debate y reflexión con los y las estudiantes del sexto año de la orientación en comunicación del IPEM n° 138 Jerónimo Luis de Cabrera. El mismo abordó las presentaciones mediáticas, los estereotipos y estigmatizaciones sobre la juventud que se producen y circulan en los medios de

comunicación; y los espacios que se brindan (o cómo se brindan) para que los y las jóvenes también le pongan voz a temáticas que los y las interpelan.

El objetivo general del proyecto fue diseñar una estrategia de participación comunicativa que sirva de herramienta para que los y las jóvenes estudiantes de colegios secundarios públicos de la ciudad de Córdoba, reflexionen en torno a las representaciones que los medios construyen sobre ellos y ellas.

Además, se buscó reflexionar junto con los y las jóvenes sobre las representaciones que los medios de comunicación tradicionales producen y difunden acerca de la juventud. Para eso desarrollamos un espacio de taller, y elaboramos, un producto final que dio cuenta de su reflexión en torno a las representaciones mediáticas.

Generalmente se entiende a los medios de comunicación como meros mediadores entre un hecho y la sociedad, como mecanismos o instrumentos que transmiten información. Pero es una información que ha sido interpretada, desde una perspectiva determinada y bajo condiciones culturales y a necesidades técnicas propias del medio, es una construcción.

En los medios, se nos presenta una realidad como un conglomerado de noticias, un presente social que nos atraviesa. En este sentido, Lorenzo Gomis (1991) recupera a Talcot Parsons para decir que los medios de comunicación de masas son el instrumento principal para el cambio social, y debemos añadir, así como nos propone el Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios, de la Universidad Nacional de La Plata (2008), de pensar a los medios como actores sociales, ya que producen discursos que construyen la realidad, pero también porque potencian la circulación de esos discursos.

La noticia se presenta como una representación social de la realidad cotidiana (Gomis, 1991). La misma es construida por los medios de comunicación, con la intención de informar a alguien. Las representaciones mediáticas no son uniformes, mucho menos lineales, sino que dependen del contexto institucional en el que se producen, y de los diversos contextos en que se reciben (Horta, 2013).

Respecto de esto, podemos decir que los medios “producen sentido en relación a las juventudes, sus prácticas y sus consumos culturales”, definiéndolos como objetos de violencia o sujetos de riesgo (Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios. Universidad Nacional de La Plata, 2008). Se construye al joven como todo lo que no es el adulto, negando su existencia como sujeto total o negativizando sus prácticas (Chaves, 2005).

Para la realización de este trabajo se tomaron como antecedentes el “Monitoreo de Noticieros Televisivos de

Canales de Aire de la Ciudad de Buenos Aires”, realizado en el 2017 por la Defensoría del Público de la Nación. En el mismo, se registraron 19160 noticias emitidas por canales de gestión pública y privada. Según los resultados que arrojó, como temática central de noticias, niñez y adolescencia ocuparon el décimo lugar, pero el sexto en cuanto al tiempo de duración de las mismas.

Manteniendo la línea con los trabajos de la Defensoría del Público, se relevó también información obtenida por el Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

En abril del 2012, el Observatorio pudo contabilizar, en diferentes medios gráficos de comunicación, 573 noticias que tenían a los jóvenes como protagonistas. El 70% de éstas ponían a la juventud como sujeto u objeto de violencia. Los principales temas abordados fueron: los jóvenes como objeto de delito, las conductas violentas, los actos de delito cometidos por ellos y ellas, y la violencia de género. Noticias sobre la participación política (6,3%) o la educación de la juventud (3,45%), por solo mencionar algunas temáticas, se ubicaron entre las menos tratadas.

Es esta forma de representar a los y las jóvenes en los medios de comunicación lo que da lugar al taller “Voces Juveniles”, el cual se presenta como un espacio en donde reflexionar sobre los discursos estereotipantes con el fin de construir un mensaje final con voz propia.

El taller es una práctica que se enmarca en un lugar, un contexto y en donde se desarrolla un proceso de participación activa. Esta modalidad de trabajo es “un lugar donde se trabaja, se elabora y se transforma algo para ser utilizado” (Ander-Egg, 1991). El estudiante no se presenta como un sujeto pasivo, sino que entabla una relación recíproca y participativa con el docente y los demás estudiantes.

Voces Juveniles se presentó como un taller de siete encuentros para llevar a cabo en el sexto año con orientación en comunicación del IPEM n° 138 de la ciudad de Córdoba.

Los tres primeros encuentros fueron de desarrollo teórico, construyendo entre estudiantes y tesisas las definiciones de noticia, de medios de comunicación, de representación y representaciones mediáticas, de estereotipos, entre otras. Todos los conceptos fueron afianzados a través de actividades lúdicas llevadas a cabo en el aula.

Sin bien los y las estudiantes admitieron no consumir activamente noticias de la mano de los medios de comunicación, si se expresaron en contra de los comentarios que surgen en función de esos discursos y que circulan en su entorno cotidiano.

A partir de la cuarta clase se plantearon instancias de pre-producción y producción del trabajo final. Los y las estudiantes eligieron el formato a desarrollar, armaron un guión con temáticas que les eran afines, dividieron roles, participaron y filmaron.

Como producto final se hizo un video con formato de noticia irónica, en el cual los y las estudiantes exageraban la forma en que algunos noticieros tratan temas relacionados con la juventud. Las situaciones armadas giraron en torno a la toma de colegios y a las marchas por el aborto legal.

En función de lo logrado con la realización del taller, consideramos necesario generar espacios en que los y las jóvenes puedan opinar y expresarse, usar su voz para referir a temas que los y las interpelan y en lo que no siempre se le da participación, mostrarles que su opinión cuenta tanto como las de quienes hablan de ellos.

Si bien esta acción de comunicación fue llevada a cabo en un sexto año con especialización afín, se puede desarrollar en los últimos años de diferentes orientaciones, e incluso en otro tipo de instituciones, como clubes, centros culturales, etc. Esto porque en todos los espacios, los y las jóvenes tienen algo para decir respecto de los temas que los y las interpelan.

Bibliografía

Albarracín, T y Saavedra, A. (2017). Sueños de juventud. Experiencia transmedia para la escuela secundaria (tesis de grado). Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

Chaves, M. (diciembre, 2015). Juventud negada y negativizada: Representaciones y formaciones discursivas vigentes en la Argentina contemporánea. Última década. Volumen 13. Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22362005000200002

Cole, Sary (2006). La representación mediática: teoría y método. Recuperado de: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/psie/n23/v23a05.pdf>

Cubas, C y Magaril, F. (2006). La construcción de identidades juveniles en los medios gráficos. Un estudio de caso en el contexto de la tragedia de Cromañón (tesis de grado). Escuela de Ciencias de la Información, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

Defensoría del público, (2014). Declaración sobre la juventud y los medios audiovisuales. Recuperado de: http://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2016/04/declaracion_de_la_juventud_defensoria_del_publico.pdf

-- (2016). Niñez, juventud y medios. Recuperado de: http://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2016/04/ninez_juventud_y_medios_defensoria_del_publico.pdf

-- (2017). Guía para el tratamiento mediático responsable de la niñez y la adolescencia. Recuperado de: <http://www.defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2017/02/Gui%CC%81a-para-el-tratamiento-media%CC%81tico-responsable-de-la-nin%CC%83ez-y-la-adolescencia.pdf>

-- (2017). Monitoreo de Noticieros Televisivos de Canales de Aire de la Ciudad de Buenos Aires. Recuperado de: <http://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2018/08/Informe-Global-Cuantitativo-2017-Final.pdf>

Farr, R. (1983). Las representaciones sociales. En Moscovici, S. dir.: Psicología Social. Vol.2, Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales. Barcelona, España: Editorial Paidós.

Freire, P. (1968). La educación como práctica de la libertad. Argentina. Siglo veintiuno editores.

Gomis, L. (1991). Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente. Barcelona, España: Editorial Paidós.

Guzmán, J. A. (Junio, 2013). Enfiestados y criminalizados. Las representaciones mediáticas de los/as en diarios jujeños. Encuentro Panamericano de Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Recuperado de: http://www.publicacioncompanam2013.eci.unc.edu.ar/files/companam/ponencias/Producci%C3%B3n%20discursiva/Produccion-discursiva-y-medios-de-comunicacion_guzman.pdf

Huergo, J. (2015). La educación y la vida. La Plata, Buenos Aires: Editorial Ediciones de Periodismo y Comunicación (EPC). Recuperado de: https://perio.unlp.edu.ar/sites/default/files/la_educacion_y_la_vida_ebook.pdf

Jodelet, D. (1986) La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En Moscovici, S.dir.: Psicología Social. Vol. 2, Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales. Barcelona, España: Editorial Paidós. Recuperado de: <https://sociopsicologia.files.wordpress.com/2010/05/rsociales-djodelet.pdf>

Krauskopff, D (1999). Dimensiones críticas en la participación social de las juventudes. En Balardini: "La participación social política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo". Buenos Aires, Argentina: Colección grupo trabajo CLACSO.

Margulis, M. y Urresti, M. (1998). La construcción social de la condición de juventud. Recuperado de: https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/mario_margulis_y_marcelo_urresti_-_la_construccion_social_de_la_condicion_de_juventud_urresti.pdf

Martín Barbero, J. (1996). Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación. Revista Nómades. Vol. 5. Santafé de Bogotá, Colombia. Recuperado de: <http://servicios.abc.gov.ar/docentes/efemerides/7dejunio/htmls/comunicacion/descargas/pensar.pdf>

-- (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona.

-- (Febrero, 2002). Jóvenes: Comunicación e identidad. Pensar Iberoamericano. N° 0. Recuperado de: <https://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric00a03.htm>

-- (2002). La educación desde la comunicación. Eduteka. Recuperado de: <http://eduteka.icesi.edu.co/pdfdir/SaberNarrar.pdf>

Martinuzzi, A. (2011). Representaciones mediáticas de “la juventud en situación de delito”. Lo policial como marco de inteligibilidad para las culturas juveniles contemporáneas. Universidad Nacional de la Plata, Buenos Aires. Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/observatoriodejovenes/sites/perio.unlp.edu.ar/observatoriodejovenes/files/representaciones%20mediaticas%20jovenes%20delito.pdf>

Pasquali, A. (1979). Comprender la comunicación. Caracas: Editorial Arte.

Quapper, K. D. (Enero, 2001). ¿Juventud o juventudes? Versiones, trampas, pistas y ejes para acercarnos progresivamente a los mundos juveniles. Revista Pasos. No. 93. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/121857>

Reguillo, R. (Diciembre, 1997). Jóvenes y miedos: La construcción del enemigo. Chasqui 60. Ecuador. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/27391495_Jovenes_y_medios_la_construccion_del_enemigo

Uranga, W. (Septiembre, 2011). Comunicación popular y derecho a la comunicación. Otros escenarios, nuevos desafíos. Recuperado de: http://www.wuranga.com.ar/images/propios/06_comunicacion_popular.pdf

EDUCOMUNICACIÓN EN CLAVE DE DERECHOS

Andrada, Ana

FCC - UNC / anaandrada@yahoo.com

Ramello, Hebe

FCC - UNC / h.ramello@gmail.com

Palabras claves: diálogo; ciudadanía; emancipatoria; tecnologías; justicia

El presente trabajo surge de la experiencia de 10 años sobre el tema de la educomunicación en el marco del seminario dirigido a estudiantes de grado que se desarrolla en la Facultad de Ciencias Sociales de la UNC. Desde este espacio nos interesa compartir algunas reflexiones sobre la educomunicación en clave de derecho.

La noción de educomunicación si bien no es novedosa consideramos que se actualiza en el contexto de prácticas de educación/comunicación en nuestros países de América Latina. La educomunicación nos permite articular interdisciplinariamente dos campos el de la comunicación y el de la educación. En nuestros países que se requiere repensar las formas de generar aprendizajes significativos mediados por tecnologías; la educomunicación es una herramienta de carácter emancipatorio.

La educomunicación la recuperamos por su carácter dialógico que nos facilita el encuentro entre disciplinas, es campo de saberes plural y heterogéneo y esto marca una riqueza para el análisis y la reflexión de nuestras prácticas educomunicativas.

Conceptualmente hay un despliegue interesante resaltamos que “Por educación en materia de comunicación cabe entender el estudio, la enseñanza y el aprendizaje de los medios modernos de comunicación y de expresión a los que se considera parte integrante de una esfera de conocimientos específica y autónoma en la teoría y en la práctica pedagógica, a diferencia de su utilización como medios auxiliares para la enseñanza y el aprendizaje en otras esferas del conocimiento como las matemáticas, la ciencia y la geografía” (Morsy, 1984: 7).

Pensamos la educomunicación en clave de derecho ya que facilita conocimiento de los múltiples y variados medios y lenguajes. La ampliación tecnológica permitió democratizar espacios pero también obtura lugares de plena participación de los sujetos para que construyan ciudadanía. Aquí se plantea el desafío en la formación

del sentido amplio y crítico para desmarañar las tramas de significados que subyacen en nuestras culturas y los valores que emergen de ella.

Permite hacer una mirada y un uso crítico de las tramas de mensajes que interpelan a niños, jóvenes y adultos. Transformando nuestras realidades a partir de la comprensión de las problemáticas sociales. Esta experiencia surge en el desarrollo del seminario de educomunicación donde trabajamos marcos conceptuales y su encuentro con diversas problemáticas sociales. Planteamos que la educomunicación debe ser posicionada en clave de derechos ciudadanos.

Para Kaplún se torna importante como “Su principal función será, entonces, la de proveer a los grupos educandos de canales y flujos de comunicación – redes de interlocutores, próximos o distantes – para el intercambio de tales mensajes. Al mismo tiempo, continuará cumpliendo su función de proveedora de materiales de apoyo; pero concebidos ya no como meros transmisores-informadores sino como generadores de diálogo, destinados a activar el análisis, la discusión y la participación de los educandos y no a sustituirlas» (Kaplún, 1998: 244).

La fragmentación disciplinar es un eje que escapa a la educomunicación, y esta nos permite comprender las formas de producción de mensajes y sus tramas de intentos manipulatorias. La entendemos no solo como un campo conceptual de interés sino como espacio de reflexión y la acción transformadora. La educomunicación en clave de derecho la pone en un posicionamiento donde el estado debe ser garante a través de sus políticas públicas de los cambios y demandas sociales.

Cuando ponemos la educomunicación en clave de derechos entendemos que es un derecho político que debe instalarse como derecho social para dar cuenta Educación/ comunicación como proceso inherente a la formación de niños, jóvenes y adultos que ha sufrido variaciones a lo largo de la historia según el contexto de producción y distribución de saberes y conocimientos. Por lo general han sido etapas de exclusión de mayorías por su condición de clase, género, cuestiones religiosas, étnicas, económicas, políticas, entre otras. Generando así discriminación, exclusión, pobreza material y simbólica.

El conocer y comprender las lógicas de los mensajes y sus soportes tecnológicos nos pone en posición de descolonización el conocimiento, orientado a satisfacer necesidades de desarrollo científico, tecnológico, económico, cultural y humano en nuestros países, y constituirse en asunto de Estado.

La educomunicación nos actualiza e interpela sobre la mirada mercantilizada de los procesos educativos, tecnoinstrumentales. El uso de medios debe instalarse desde una concepción emancipadora, crítica y dialógica, donde

el Estado en su papel de garante pueda originar políticas públicas que colaboren en afianzar esta concepción de educomunicación.

La socialización, la construcción de conocimientos y las formas de aprendizaje pueden estar ancladas desde la educomunicación para generar ciudadanos activos, participativos constructores de su propia realidad. El intercambio simbólico y colaborativo de forma tanto individual como colectiva es importante para pensar en un mundo donde las brechas de injusticias sociales se achiquen. La interacción con carga de sentido permite la comprensión de las complejas problemáticas sociales, que pueden ser puestas en el prisma de la educomunicación. Además de producir creativamente y transformar su propio contexto es creador de ciudadanía que genera derechos que se demandan y se ejercen desde estos espacios dialógicos. No solo es el sistema educativo el que puede asirse de esta herramienta de la educomunicación, también las comunidades, el barrio, grupos de mujeres, de jóvenes entre otros. Podemos considerar la relación cara a cara, grupal o mediada por redes, para activar flujos de mensajes activadores de la reflexión crítica para la acción social.

La educomunicación que articula dimensiones de comunicación y educación es una herramienta emancipatoria, facilita construcciones democráticas y participativas plurales y amplias donde se construye ciudadanía.

El desarrollo tecnológico debe estar al servicio de las demandas y necesidades de nuestras sociedades que presentan amplias asimetrías y brechas de desigualdades difíciles de entamar en una verdadera justicia social. La educomunicación es un plano conceptual pero también conlleva acciones y reflexiones sobre la praxis facilitando nuevas miradas y posibilitando acciones transformadoras que respalden y garanticen los derechos ciudadanos de participación plena. La educomunicación puede ampliar derechos políticos y sociales y allí reside un nuevo desafío para estos tiempos.

Bibliografía

- Barbas Coslado, Ángel (2012) Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos En un mundo interconectado. Foro de Educación, N. ° 14, Universidad Nacional de Educación a Distancia
- KAPLÚN, M. (1998): Una pedagogía de la comunicación. Ediciones de la Torre, Madrid
- MORSY, Z. (Coord.) (1984): La educación en materia de comunicación. UNESCO, París.

EL CICLO INTRODUCTORIO 2019

DE LA TECNICATURA EN PRODUCCIÓN

Y REALIZACIÓN EN MEDIOS

Armando, María Virginia

FCC - UNC/ varmando@unc.edu.ar

Guzmán, Marcela

FCC - UNC/ Marcelaberguzman@gmail.com

Palabras claves: educación a distancia; ingreso; campo disciplinar; propuesta didáctica; aula virtual

La Tecnicatura Producción y Realización en Medios se dicta desde el año 2003, con modalidad a Distancia en la actual Facultad de Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba. El Curso de ingreso, con Modalidad Virtual, se implementa desde el año 2011, con algunas variantes que se fueron dando tras años de dictado, siempre utilizando la plataforma Moodle. En el año 2019, se reformuló la propuesta didáctica al reorganizarse los contenidos y elaborarse nuevos materiales, que se dispusieron en 3 módulos y 4 semanas de cursado. El objetivo del presente trabajo es exponer las modificaciones y algunas conclusiones acerca de implementación del Curso Introductorio cohorte 2019, planteado como una línea de acción para contrarrestar las dificultades académicas/administrativas de los alumnos del primer año de la Tecnicatura. Las conclusiones preliminares indican que los cambios realizados en el dictado de la cohorte 2019, incidieron favorablemente respecto a la navegabilidad de los alumnos en el entorno virtual, el (re)conocimiento del funcionamiento del Área de Educación a Distancia y la pertenencia institucional de la carrera en la Facultad, la incumbencia del plan de estudios, y profesionalización del campo disciplinar.

Había una vez...y así comienza la historia

La Facultad de Ciencias de la Comunicación (ex Escuela de Ciencias de la Información) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), lleva adelante desde el año 2003 una propuesta de carreras cortas de pregrado de 2 años de duración, con formación técnica de modalidad a distancia, innovadora en el ámbito de la UNC, en cuanto a la ampliación del modelo de educación superior y de las modalidades de formación: Tecnicatura en Periodismo Deportivo, Tecnicatura en Relaciones Públicas, Tecnicatura en Comunicación y Turismo y Tecnicatura en Producción y Realización en Medios (PyRM).

El Curso introductorio ... manos a la obra

Ingresar a la vida universitaria, implica reconocer y aprender un nuevo escenario con prácticas particulares y dinámicas propias; exige a los estudiantes disponer de una serie de herramientas como la organización de los tiempos de estudio, elaborar, sistematizar y producir información, actividades, exámenes. En el caso particular de la educación a distancia a estas cuestiones también se le suman otras como adquirir la destreza (y/o superar la dificultad) para apropiarse del manejo tecnológico y metodológico propio de la modalidad de estudio y de la carrera en particular. Sin dudas, esto demanda un esfuerzo de alfabetización tecnológica por parte de los estudiantes, teniendo en cuenta las prácticas específicas y los modos estructurantes del contexto virtual en los que se desarrollan los procesos formativos. Por ello, es necesario comprender a las aulas virtuales como un espacio pedagógico y de intercambio entre docentes y alumnos y conocer sus particularidades de funcionamiento (Barberá y Badia, 2005).

Todas estas cuestiones fueron tenidas en cuenta al momento de comenzar a diseñar y planificar el curso de ingreso, que en sus distintas ediciones (2011 en adelante) fue fruto de trabajo cooperativo, producción de contenidos y consultas con especialistas en distintas instancias.

Desde su primera edición, la cantidad de alumnos ingresantes oscila los 60/70 participantes, y ha sido dictado por el /la Coordinador/Coordinadora de la Tecnicatura y tutores de las carreras, bajo la mirada y el asesoramiento de una de las pedagogas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

El curso de Ingreso no forma parte de la currícula del plan de estudios de la Tecnicatura, por lo que el cursado no es obligatorio para el alumno. Su implementación abarca objetivos como la adquisición de competencias en la modalidad de estudio a distancia, en el uso y navegación de las aulas virtuales y demás espacios institucionales como la Secretaría virtual y el espacio de Coordinación de la Tecnicatura, en el conocimiento situado que demanda la formación superior y las perspectivas del campo ocupacional de la carrera.

Como antecedente, respecto a la temática de ingreso, podemos mencionar la resolución 334/90 de la UNC, que buscó dar respuesta a la heterogeneidad de los ingresantes, planteada en la disparidad de niveles en cuanto al empleo de estrategias de aprendizaje y de contenidos mínimos.

Para la cohorte 2019, el equipo docente del Área de Educación a distancia trabajó durante varios meses, en el rediseño y actualización de contenidos, materiales, actividades y recursos. El material de estudio producido, se diseñó teniendo en cuenta el perfil del estudiante de la Tecnicatura, para que lo guíe en su proceso de aprendizaje y le posibilite dotar de significados a los contenidos propuestos. Es pertinente señalar que la mayoría de los alumnos que estudian esta Tecnicatura, trabaja o ha trabajado en medios de comunicación, tiene entre 25 y 40 años, no ha tenido experiencias previas de cursado con la modalidad a distancia, y una porción significativa

vuelve a tomar contacto con los estudios universitarios tras un periodo largo de entre 5 y 10 años sin relación. Atento a todo esto, el Curso Introductorio se estructuró en 3 módulos temáticos que se habilitaron a medida que avanzó cada una de las 4 semanas que duró el cursado.

Módulo 1: Estudiar a distancia en la Universidad. La vida universitaria en el entorno virtual. Retoma los conocimientos previos de los ingresantes respecto al campo disciplinar e introduce aspectos generales del funcionamiento institucional y de la modalidad a Distancia (estrategias para el estudio independiente y la autogestión del aprendizaje). Brinda información referida a la modalidad de estudio a distancia y a las particularidades que ofrece el aula virtual: estructura, espacios de comunicación, recursos y herramientas.

Módulo 2: Introducción a la carrera de Producción y Realización en Medios. Propuesta académica en la formación de pregrado. Presenta el campo disciplinar como objeto de estudio y profesión. En este Módulo hay información más detallada acerca de la propuesta académica y las características centrales de su cursado (correlatividades, regularidades, calendario académico, equivalencias)

Módulo 3: La práctica profesional en el campo del productor y Realizador en Medios. Se centra en la profesionalización del campo disciplinar y se invita a reflexionar acerca de la carrera elegida y las propias expectativas de los estudiantes. A partir de la visualización de una parte de la conferencia “El Rol del Productor de Radio y TV”, que sirvió como cierre académico del Ciclo lectivo 2018 de la Tecnicatura, se trabajaron distintas consignas, tomando como eje los relatos y experiencias de los disertantes (profesionales en ejercicio).

En esta edición, en cada módulo se incorporó el recurso Clase, (elaborado por el tutor a cargo) que podríamos equiparar al momento en que el docente dentro de un aula presencial realiza una presentación expositiva de los contenidos. También se decidió dejar abierta el aula del Curso todo el año de cursado, para que la información esté disponible cada vez que el estudiante lo quiera consultar.

En el rediseño del Curso introductorio cohorte 2019 en particular, se consideró que en la instancia de ingreso cobra especial relevancia favorecer la revisión sistemática y reflexiva por parte de los estudiantes de sus representaciones respecto acerca de la práctica profesional por un lado y la elección de la carrera por otro, por lo que se prestó especial atención en la elaboración y formulación de los contenidos de los módulos 2 y 3.

Algunas conclusiones provisorias

El rediseño y reformulación de los contenidos del Curso Introductorio cohorte 2019 ha sido un acierto. A esa conclusión arribamos a partir de los resultados arrojados en la encuesta del Curso introductorio que respondieron algunos de los estudiantes, y primeras aproximaciones que se complementarán posteriormente con datos del cursado

de materias anuales y cuatrimestrales. Según podemos notar, que el Curso sirvió para dotar de herramientas para el reconocimiento de los espacios en el entorno Virtual (aulas, secretarías, espacio de coordinación de la carrera), ambientación y navegabilidad, uso de recursos y herramientas (foro de presentación de los participantes, novedades, foro de consultas técnicas, foro de consultas académicas, foro de Coordinación, foro de Secretaría virtual glosarios, tareas, wikis).

Bibliografía

Barberá, E. y Badia, A. (2005). “El uso educativo de las aulas virtuales emergentes en la educación superior”, en Revista re Universidad y Sociedad del Conocimiento. Vol2 N°2. Universidad Abierta de Cataluña.

Carlino, Paula (2005). Escribir, leer y aprender en la universidad: una introducción a la alfabetización académica. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

PROPUESTA METODOLÓGICA DEL USO

DEL CELULAR EN EL AULA Y REDES

SOCIALES:

Expandir el aula

Arraya, Yanina

FCC - UNC

Palabras claves: educación; dispositivos móviles; rol docente; expandir el aula

Si partimos del título propuesto ¿De qué se trata? ¿Expandir el aula con la idea de proponer un nuevo modo de aula, de espacios, de tiempos? ¿Pero que queremos expandir? ¿Será solo los espacios y tiempos o habrá algo del conocimiento, la tarea y el ser docente?

Desde estos interrogantes parto al pensar la capacitación-taller dirigida a las/os docentes de la provincia de Córdoba, en donde nos permitimos vivenciar y experimentar no sólo el uso de programas, aplicaciones móviles, redes sociales y portales de contenido (lector y generador de códigos QR, Smulerap, Whatsapp, YouTube, Instagram, entre otras) con dispositivos móviles sino además y también reflexionar entre ellos y sus pares respecto de las prácticas pedagógicas, las estrategias que favorecen

un uso educativo de estas herramientas tecnológicas y los consumos culturales y cómo inciden estos consumos en nuestras prácticas y si somos reproductoras de esas prácticas como institución.

De este modo, la propuesta formativa pretendió propiciar el uso de las tecnologías móviles (en particular, de celulares y notebooks) procurando evidenciar las complejidades que las definen; al mismo tiempo que identificar cómo pueden colaborar y potenciar diferentes modos de construir conocimiento con ellas, combinando lenguajes, mezclando contenidos y re-creando nuestra subjetividad. Para esto, se parte de comprender: el rol docente como el de facilitador; la relación docente-estudiante y las modificaciones del contexto espacio-temporal en el que ésta se desenvuelve a partir de la introducción de las tecnologías móviles; el uso de las tecnologías como práctica social condicionada por el funcionamiento de las industrias culturales y su incidencia en la construcción de subjetividades.

De esta manera, reconocemos el uso de los aparatos móviles como una práctica social presente en las/os niñas/os y jóvenes, práctica que es posible incorporar, (re)significar y potenciar en las propuestas de enseñanza.

En este sentido, coincidimos con la expresión de Inés Dussel y de Luis A. Quevedo cuando afirman:

“Su impacto ha provocado una suerte de revolución en la economía, la política, la sociedad y la cultura, que transformó profundamente las formas de producir riqueza, de interactuar socialmente, de definir las identidades y de producir y hacer circular el conocimiento” (2010: 9).

Levy (2007) pone de manifiesto que no es posible entender las tecnologías de forma separada de la cultura y de la sociedad que las produce, como tampoco lo es entender las culturas y sociedades actuales sin comprender el desarrollo de las tecnologías digitales. En este sentido, la idea cibercultura describe al conjunto de sistemas culturales que surgen aparejados a estas tecnologías digitales, las cuales son capaces de configurar “las formas dominantes tanto de información, comunicación y conocimiento como de investigación, organización y administración” (Levy, 2007, p. 7).

Por lo anterior, se torna necesario construir una mirada política y ética sobre los dispositivos móviles que permita entenderlos como objetos culturales, históricos y situados en contextos particulares. Desde esta perspectiva, estos objetos son mediadores que transforman, erosionan, expanden, transgreden nuestras maneras de comprender el mundo e igualmente de concebirse, en tanto sujetos que participamos, opinamos, creamos y colaboramos en él.

Las formas tempranas de acceso –características de

los grandes centros urbanos- impregnan las formas de socialización (Castells, 2001) de los “crecidos digitales” (Tapscott, 2009) atravesando sus consumos culturales (Jenkins, 2009), las formas de entretenerse (McGonigal, 2011) y los modos de estudiar (Maggio, 2012). (Orientaciones Curriculares y TIC, 2018, pag.8)

En nuestra vida cotidiana, cada vez con mayor frecuencia se realizan acciones que involucran a los dispositivos tecnológicos y móviles, por ejemplo: utilizamos la red celular para la micro-coordinación familiar; la red Wireless para acceder a información a través de internet, mensajear por WhatsApp o realizar publicaciones en las redes sociales; a la vez accedemos a la red 3G para orientarnos y saber más sobre un determinado lugar. Aun reconociendo matices dentro de la población, estos usos resultan, al menos, conocidos (si no habituales) para muchas/os estudiantes jóvenes y docentes. Sin embargo, su apropiación para fines pedagógicos aún no se ha concretado de manera suficiente. En el caso de niñas/os en escolarización primaria, los consumos son en su mayoría mediados por adultos, a través de la utilización de Smartphone de familiares o entornos cercanos. Según los relevamientos realizados en la implementación 2017 y 2018 del curso “Desenredando saberes con dispositivos móviles” a mi cargo, es bastante generalizado entre las/os estudiantes de primaria el consumo de videos musicales de la plataforma YouTube, así como tutoriales para la realización de juegos, manualidades y ayudas en relación a los juegos en red. Cabe aclarar, que estas apreciaciones tienen un nivel de generalidad que debe ser corroborado en cada curso, de acuerdo a la población estudiantil y sus características.

En el marco de estas prácticas, tanto niñas/os y jóvenes están atravesadas/os por las industrias culturales vinculadas a los dispositivos móviles y las redes sociales, sus lógicas de mercado y de consumo.

En este marco me pregunto ¿por qué el uso de los dispositivos móviles aún genera resistencias en la institución escolar?

Y, profundizando este interrogante, la propuesta de este taller fue invitar a las/los cursantes a reflexionar y preguntarse ¿conocemos algunas de las herramientas que utilizan los/as niños/as y jóvenes hoy?, ¿sabemos sus funcionalidades y potencialidades?, ¿podemos pensarlas para un uso pedagógico didáctico?, ¿qué podría aportarnos su incorporación a nuestro trabajo de enseñar?

Partimos del supuesto de que la transformación de las prácticas no obedece solamente a una instancia reflexiva, teórica, introspectiva, sino también a la posibilidad de vivenciar y experimentar junto con otras/os; al intercambio y la interpelación conjunta de modos de hacer, modos de pensar y modos de vincularse (sujeto -

tecnologías).

En relación con lo expresado, desde esta propuesta se buscó promover entre las/os docentes participantes el reconocimiento de consumos culturales que realizan sus estudiantes a través de dispositivos móviles, la aproximación a algunos objetos culturales y prácticas ligadas a esos consumos, la reflexión sobre los múltiples lenguajes (video, audio, imagen), las nuevas narrativas digitales y lógicas que involucran. Al mismo tiempo, se las potencialidades pedagógico didácticas y las posibilidades técnicas de dar lugar a esos objetos culturales en el marco de sus prácticas de enseñanza, ya sea para tematizarlos y acompañar a las/os estudiantes a visibilizar lógicas mercantilistas y promover usos responsables, como para pensarlos como posibles medios para el abordaje de contenidos curriculares.

“Es necesario entender que las tecnologías no solamente facilitan la comprensión y el interés de los estudiantes por el objeto de estudio, sino que complejizan los conceptos vistos y los cargan de contenido actualizado y permiten acercar la realidad social y cultural del contexto actual a los aprendizajes que se despliegan en la escuela. Al respecto, la idea de inclusión genuina de Maggio (2012) remite a las maneras en las que las propuestas didácticas incorporan tecnologías en vistas a emular el complejo entramado tecnológico que enmarca la producción de conocimiento en los diversos campos de la ciencia y el arte, ya que el actual desarrollo de estas disciplinas no podría pensarse sin las tecnologías que les permiten realizar esos procesos”. (Orientaciones Curriculares y TIC, pág. 7)

Objetivos

- Reflexionar sobre los modos de construir el conocimiento con tecnologías móviles en el marco de una cultura digital, las industrias culturales y sus incidencias en la subjetividad.
- Repensar el enfoque metodológico y el modelo pedagógico sobre el que se sustenta el uso de tecnologías móviles.
- Reconocer los consumos culturales de las/os estudiantes ligados a dispositivos móviles como dato relevante para el trabajo pedagógico didáctico en la escuela.
- Tematizar el uso de las imágenes y la protección/exposición de datos en el uso de dispositivos móviles y redes sociales .
- Diseñar propuestas de enseñanza que incluyan la integración de dispositivos móviles desde los saberes y herramientas abordados en el taller.

Conclusión

De este modo, la propuesta de formación es una invitación a las/os docentes a aproximarse a nuevas prácticas de producción, consumo y comunicación, con presencia creciente en el mundo social de sus estudiantes, para transformarlas en instrumentos para la construcción de conocimientos en la escuela. Esto se piensa como un modo de ofrecer herramientas que permitan a las/os estudiantes objetivar cuestiones ligadas a esos usos (exposición de datos, usos de la imagen, lógicas de consumo, etc.) y de habilitar caminos de encuentro en la relación docente-estudiante generando estrategias concretas para el trabajo áulico a partir de lo vivencial y exploratorio. En este sentido, siguiendo a Andrea Anfossi Gómez, se busca propiciar el diseño de una propuesta pedagógica, por parte de cada docente, que contemple los intereses, las capacidades y las potencialidades de las/os estudiantes en tanto que sujetos creadores - productores:

“Hemos pensado mucho a los alumnos buscando información, entonces hoy un modelo educativo debería acompañar más al estudiante produciendo información, compartiendo y subiendo esa información” (Andrea Anfossi Gómez - Ex Directora General de PRONIE, Fundación Omar Dengo- Costa Rica, <https://goo.gl/k3F9QW>)

Partimos de una concepción del estudiante como sujeto protagonista de sus aprendizajes, involucrándose de manera participativa en procesos de construcción de conocimiento colaborativo y valiéndose de dispositivos móviles como herramientas educativas además de las tradicionales. De igual modo, pensamos a un docente transformando su rol, antes más protagónico, ahora en términos de guía y soporte en pos de garantizar que aquel proceso suceda:

“El replanteo del rol” [del docente] deja de ser una premisa general para asumir contornos más definidos sobre qué se debe interrogar: una cierta organización del grupo en el aula, una distribución de tareas, una secuencia de trabajo con una distribución del tiempo diferente” (Dussel, 2011: 58).

Desde esta concepción, como se expresó anteriormente, la/el docente se vuelve organizador del tiempo, del espacio y de las actividades propuestas para el aprendizaje de las/os estudiantes.

De este modo, la propuesta ayudó a mirar a los dispositivos móviles no en forma amenazadora y cuya aparición en el aula habrá que combatir, sino como medios que se pueden incorporar para fortalecer las tareas y sus significados dentro del aula, permitiendo no sólo repensar y mirar los diferentes espacios que se habitan de manera interactiva sino también posibilitando la reconfiguración de la realidad en el contexto áulico; al mismo tiempo que, desde este taller se revisaron las prácticas pedagógicas,

los contenidos, las actividades y los modos propuestos para la construcción de aprendizajes de modo tal de favorecer los usos educativos de los dispositivos por parte de las/os estudiantes.

Bibliografía

Barbero, J. M. (2002). "Técnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo". *Diálogos de la comunicación*, N° 64, 9 - 24.

Gobierno de Córdoba. Ministerio de Educación. Subsecretaría de Promoción de Igualdad y Calidad Educativa (Secretaría de Educación, Ministerio de Educación, Gobierno de la Provincia de Córdoba). Orientaciones Curriculares y Tic. Disponible en: <http://www.igualdadycalidadcba.gov.ar/SIPEC-CBA/PolCurriculares/UnidEducDig/Docs/Orient-Curric-y-TIC-2018.pdf>

Da Porta, E. y Equipo de Producción de Materiales Educativos en Línea (2018). *Recorrido: El lugar de la imagen en la cultura contemporánea. Laboratorio 1: Cultura digital. Especialización Docente de Nivel Superior en Educación y Medios Digitales. Córdoba: ISEP - Ministerio de Educación de la Provincia de Córdoba*

Díaz Barriga, F. (2005). *Enseñanza situada: Vínculo entre la escuela y la vida*. México: McGraw Hill. (Capítulo La evaluación auténtica centrada en el desempeño: Una alternativa para evaluar el aprendizaje y la enseñanza).

Dussel, I. y Quevedo, L. A. (2010). *VI Foro Latinoamericano de Educación; Educación y nuevas tecnologías: los desafíos pedagógicos ante el mundo digital*. 1a ed. Buenos Aires, Argentina: Santillana.

Freire, P. (1997). "Nadie nace hecho. Experimentándonos en el mundo es como nos hacemos". En Freire, P., *Política y educación*, 2da. ed., México: Siglo XXI Editores.

Gardner, H y Davis, K. (2014) *La generación App*. Buenos Aires, Argentina: Paidós. Caps. 1, 2 y 7.

Gvirtz, S. y Palamidessi, M. (1998). "La construcción social del contenido a enseñar". En *El ABC de la tarea docente: Currículo y enseñanza*. Buenos Aires, Argentina: Aiqué, pp. 17-48.

Jara, I.; Claro, M. y Martinic, R. (2012). *Aprendizaje móvil para docentes en América Latina: Análisis del potencial de las tecnologías móviles para apoyar a los docentes y mejorar sus prácticas*. París, Francia: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Disponible en: <https://goo.gl/oKSfyg>

Lion, C. (2012). "Pensar en red. Metáforas y escenarios". En: M. Narodowski y A. Scialabba. (Comps.) *¿Cómo serán? El futuro de la escuela y las nuevas tecnologías*. Buenos Aires: Prometeo.

Lugo, M. T. y, Schurmann, S. (2012). *Activando el aprendizaje móvil en américa latina Iniciativas ilustrativas e implicaciones políticas*. París, Francia: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Disponible en: <https://goo.gl/zu8oQ>

Rodari, G. (2008). *Gramática de la fantasía: introducción al arte de inventar historias*. Buenos Aires: Colihue.

Shuler, C.; Winters, N.; y, West, M. (2013). *El futuro del aprendizaje móvil implicaciones para la planificación y la formulación de políticas*. París, Francia: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Disponible en: <https://goo.gl/7pMeKt>

Vosloo, S. (2013). *Aprendizaje móvil y políticas: Cuestiones clave*. París, Francia: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Disponible en: <https://goo.gl/sbma4L>

Asociación Chicos.Net. Manual de Enfoque Teórico sobre uso responsable y seguro de las TIC. Disponible en <http://www.chicos.net/item/manual-de-enfoque-teorico-sobre-uso-responsable-y-seguro-de-las-tic/>

NARRATIVAS TRASMEDIALES Y EDUCACIÓN:

ALGUNAS REFLEXIONES ACERCA DE

LA DISTRIBUCIÓN Y CIRCULACIÓN DE

PRODUCCIONES TRASMEDIALES EN

ESCUELAS SECUNDARIAS DE RÍO CUARTO

Asaad, Claudio

DCC - FCH - UNRC / claudioasaad@gmail.com

Ceppa, Patricia

DCC - FCH - UNRC / patriciaceppa@gmail.com

Pascual, Carlos

DCC - FCH - UNRC / cpascual1964@gmail.com

Palabras claves: escuela; comunicación; transmedia; lenguajes; tecnologías

La denominada cultura digital, hace referencia a una serie de prácticas y formas de consumo, producción y circulación de información en distintos formatos y soportes. Este proceso en permanente transformación ha mostrado una gran flexibilidad para adaptarse a las particularidades de los dispositivos tecnológicos actuales que, en la mayoría de los casos ha alcanzado un importante desarrollo en el campo de los teléfonos móviles inteligentes (Smart phone) y los Smart TV. Las redes dedicadas a compartir y distribuir datos en internet han sido coptadas por una prolifera producción de contenidos y servicios a través de las app, aplicaciones que funcionan bajo sistemas operativos lo suficientemente estables, en el caso de androide y Apple, como para garantizar una interactividad fluida utilizando anchos de banda que permiten, por ejemplo reproducir en streaming archivos de video en calidad 4 k y full HD.

La grilla de aplicaciones de todas maneras conforman un complejo rompecabezas que en una primera mirada nos muestra el estado actual de las potenciales posibilidades que tenemos como usuarios de interactuar y adentrarnos en recorridos y relatos diseñados con fines comerciales, en la mayoría de los casos, y que permiten a los usuarios resolver cuestiones de su vida cotidiana y además consumir bienes culturales diversos.

Es obvio que la vida de las personas ha cambiado notoriamente desde la aparición de estas posibilidades comunicacionales. Existe una prolifera bibliografía en las disciplinas sociales que describe y analiza de modo crítico los posibles efectos y consecuencias que estas prácticas estarían produciendo en grupos sociales heterogéneos.

Estar conectados implica un modo de integración a las lógicas preconcebidas de los relatos y de las formas narrativas ofrecidas en Internet. Esto implica enfocar la importancia del análisis no sólo en el tipo de contenidos sino también en sus formas de circulación y en el tipo de caminos que eligen los usuarios. El perfil de cada usuario es construido, por ejemplo, en las plataformas que ofrecen películas, a partir de una serie de algoritmos que terminan por definir una supuesta identidad de consumidor basada en elecciones estéticas, tipos de historia, preferencias de géneros cineatográficos, temas, etc.

La pregunta acerca de la autonomía y el grado de libertad que tenemos los usuarios de elegir dentro de las posibilidades ofrecidas se tensiona frente a una inteligencia automática que toma decisiones a partir de la generación de datos recogidos de la biografía de navegación de cada uno.

El concepto de Transmedia acuñado por Jenkins y recuperado por diversos autores en Latinoamérica y Argentina, parece designar de alguna manera, una parte de este proceso que acabamos de describir con la diferencia de que las Narrativas Transmedia involucran verdaderos procesos de producción y realización colectivos que persiguen objetivos claros y definidos.

Nuestro interés en profundizar acerca de las posibilidades que las NT ofrecen como procedimientos y formas de tratar los contenidos desde diversas plataformas y formatos, se orienta a la necesidad de encontrar posibles respuestas a problemáticas que advertimos en el campo educativo. Principalmente en las posibilidades didáctico-pedagógicas del desarrollo de contenidos en el nivel secundario.

Carlos Scolari menciona tres aspectos que entendemos son importantes de considerar al momento de pensar los procesos educativos actuales. La formación continua, los modos colaborativos de producción de contenidos y la flexibilidad; aspecto que hace referencia al cambio de paradigma de los procesos educativos que están más centrados en los sujetos que en los planes de estudio. Esta manera de pensar de modo general la educación abre un escenario de cuestiones y actores sociales institucionales, cuya participación implicaría repensar las formas de funcionamiento dentro y fuera del aula.

A continuación estableceremos el marco general que hemos tenido en cuenta en nuestra investigación para llevar adelante una serie de talleres colaborativos en escuelas secundarias públicas de gestión privada y estatal.

El concepto de Transmedia, si bien es más o menos novedoso, surge en los últimos veinte años, los procesos que involucra ya existían antes de que se acuñara este término, un ejemplo claro de esto es la manera en que el periodismo ha tratado una misma información a partir de las características del lenguaje y de emisión de los diferentes medios de comunicación. Así, la crónica

de un acto político, por ejemplo, emitida por televisión abundará en una cantidad de detalles y formas narrativas muy diferentes a las de la radio o la prensa escrita. La complementación fortalece y potencia las posibilidades que tiene la audiencia de confrontar, profundizar y comparar la información.

¿Cuál es la novedad que aporta este concepto entonces? El modo de construcción de lo que se narra, de las historias que se cuentan, demanda la integración de una diversidad de líneas narrativas que confluyen y componen una síntesis compleja. Este proceso demanda por parte del usuario una participación activa, atenta y protagónica en los modos de recuperación de información aparentemente dispersa, bajo la forma de diferentes lenguajes y soportes.

Nuestro interés por este tema se centró principalmente en tres ejes:

- 1-Las prácticas de consumo cultural y comunicacional de los jóvenes en la actualidad
- 2-La demanda y necesidad de las escuelas de pensar formas de integración entre estas prácticas y los modos de enseñanza y aprendizaje en las escuelas de nivel secundario.
- 3-Las potenciales oportunidades que brinda el Transmedia como práctica y estrategia alternativa de producción y apropiación de conocimientos en las diferentes disciplinas desarrolladas en la currícula en la educación formal del nivel secundario.

La planificación del trabajo colaborativo de nuestro equipo de Investigación con el grupo de docentes y alumnos de las escuelas secundarias, consistió en trabajar a partir de una propuesta que tuvo en cuenta una serie de dimensiones que forman parte del Transmedia como concepto.

El investigador argentino Carlos Scolari propone una taxonomía de “estrategias narrativas transmediales” generadas por los usuarios.

Sincronización, recapitulación, parodia, inicios falsos, finales alternativos, avances falsos, combinación de imágenes y sonidos de varias producciones, a estas ocho tipologías audiovisuales se agregan los cómics, las novelas y el diseño gráfico. Como se puede advertir esta tipología de alguna manera nos permitió trabajar con los estudiantes y los docentes a partir de los intereses, habilidades creativas, y capacidades en la utilización de los diferentes lenguajes.

Con la finalidad de no abundar aquí en los detalles del trabajo del taller sólo mencionaremos que las actividades propuestas se centraron en la realización de una serie de productos visuales, escritos, sonoros y audiovisuales destinados a responder a una consigna utilizada como disparador motivacional: la búsqueda de un significado

construido colectivamente, de una palabra. Esta palabra surge a partir del debate sobre los problemas e inquietudes compartidos por el grupo. De este modo cada escuela trabajó sobre una palabra como un modo de contribuir a la elaboración futura de una especie de “diccionario” generacional construido de modo colaborativo.

Ahora bien, el propósito inicial del trabajo tiene dos etapas fundamentales, una primera de elaboración de estas producciones por parte de cada curso en cada escuela y una segunda en la que se pretende conformar una red para compartir, intercambiar y construir narrativas más complejas, dinámicas y abiertas a transformaciones, nuevas producciones y en definitiva nuevos significados. Esta segunda etapa es la que aún nos resta concretar y que no está exenta de una serie de dificultades que intentaremos sintetizar. Una de las más preocupantes está vinculada a una problemática que excede a nuestras posibilidades de trabajo conjunto con las escuelas y está vinculada con la escasa y casi nula experiencia de las instituciones educativas de trabajar de manera conjunta en actividades propuestas por fuera de los proyectos obligatorios dirigidos desde el Ministerio de Educación de la provincia o de la nación. La fuerza de los canales formales de comunicación está impregnada por las directivas de la administración ministerial y escolar. Es entonces estrecho el margen concreto de tiempo y de espacio que tienen las escuelas y que tenemos las universidades para trabajar en este tipo de proyectos que involucran tareas colaborativas interinstitucionales. El segundo aspecto de este problema es el de elaborar a partir de una relación dialógica permanente los instrumentos y las metodologías adecuadas para lograr un trabajo colectivo entre las instituciones que tenga continuidad y se pueda sostener en el tiempo.

Si la expansión, la profundidad, la continuidad y la construcción de mundos entre otros aspectos son parte de las cualidades de las NT, en nuestro caso se convierten en indicadores no sólo observados en el momento de acompañar los procesos de producción creativos, sino también en la etapa de evaluación de resultados de la implementación de los talleres y de las producciones obtenidas. El desafío que se nos presenta en lo que resta del año, por lo tanto es conseguir avanzar en el trabajo colaborativo interinstitucional y lograr una expansión comunicativa que involucre a más actores a través de una distribución de los productos por fuera de la comunidad de los autores.

Bibliografía

- Jenkins, H.; Ford, S; Green, J (2013). Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red. Gedisa
- Jenkins, H (2016). Cultura participativa en la era de las redes. Polity Pres
- Scolari, C. (2013). Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Grupo Planeta

Scolari, C; Bertetti, P; Freeman, M (2014). Arqueología Transmedia

Artículos en la web

Dinehart,E (2009). Transmedia Franchise development. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?V=p95/Vedmnw4>

Scolari, C (2014) Narrativas Transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. Disponible en <http://hipermediaciones.com/@cscolari> Anuario AC/E de Cultura Digital.

Artículos en revistas científicas:

Follari, R. (2003). “Relevo en las ciencias sociales latinoamericanas”. Estudios culturales, transdisciplinariedad y multidisciplinariedad. Diálogos de la comunicación, 63(12), 31-36.

HUELLAS DEL TRABAJO FINAL DE GRADO EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL:

Del texto a la experiencia de los y las estudiantes

Ávila, Ximena

FCC- UNC / xavila5@yahoo.com.ar

Ludueña, Carla

FCC - UNC / carla.fem15@gmail.com

Orellana, Mauro

FCC - UNC / maesemau@yahoo.com.ar

Palabras claves: estudios superiores; prácticas de escritura; trabajos finales; estudios longitudinales; tesis

Introducción

La elaboración y defensa del trabajo final de grado constituye un momento significativo para el estudiante porque se produce un pasaje: de estudiante a profesional. Con frecuencia se utiliza la expresión tesina para distinguir de la tesis de maestría o doctorado; en el primer caso el texto es más breve y de menor complejidad en relación con el segundo. Para la obtención del grado, si bien no se le exige al estudiante originalidad en las

conclusiones como sucede en una maestría o doctorado, sí es importante que se ajuste a constructos teóricos y metodológicos determinados, y que haya un modo apropiado de transmisión de ellos (Tamola, 2005; Meza, 2013).

El trabajo final presenta una singular complejidad porque debe emprender un proceso investigativo que suele ser el primero que el estudiante desarrolla de manera autónoma y frecuentemente se realiza luego de haber finalizado el cursado de las materias, es decir, no se organiza bajo la lógica y el tiempo del aula. También, debe acreditar saberes teóricos- prácticos aprendidos en su formación y debe saber comunicar bajo las convenciones del discurso académico los resultados de la investigación. Otra particularidad es que es acompañado por la asistencia de un docente que participa en carácter de guía en el proceso investigativo.

La tesina, a su vez, es un género discursivo extenso que no se ejerció en asignaturas previas. En ese sentido Narvaja de Arnoux (2009) señala que el estudiante no puede evocar experiencias propias anteriores y debe dar cuenta de un “saber hacer” que en general no es objeto de enseñanza. La apropiación de este género les exige a los estudiantes un posicionamiento enunciativo distinto -el desplazamiento de lector a autor-, es decir, la construcción de ellos mismos como productores de conocimientos.

En los estudios latinoamericanos sobre el género tesina, prevalecen trabajos que han abordado las diferencias en las prácticas de escritura según las comunidades disciplinares (Tapia Ladino y Marinkovich, 2013), otros realizaron análisis lingüísticos discursivos de los procedimientos de citación y construcción de la voz autoral (Hael y Padilla, 2014; Eisner, 2014). Siguiendo algunos de estos estudios, en nuestra primera etapa de investigación nos detuvimos en el análisis de tesinas elaboradas por estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Primer movimiento: de los espacios y reglamentaciones a las producciones de los estudiantes

En un primer momento de la investigación (periodo 2016-2017), para abordar el egreso, nos detuvimos en los espacios curriculares de los seminarios de trabajo final, espacios en los cuales los estudiantes inician a definir aspectos importantes sobre el trabajo final y que forman parte de un sistema de actividad que propicia la enseñanza de ciertos géneros y cadenas de géneros como también de formas y criterios para acreditarlos. Nos detuvimos también en el Reglamento de Trabajo Final (TF) del plan de estudio de 1993. Así como en instancias no curriculares pero implementadas para acompañar la escritura y elaboración del trabajo final (talleres de

escritura).

Esa etapa nos permitió explorar y recabar información sobre esta zona crítica que en muchos casos conlleva la dilación en la finalización del trabajo final. Observar que intervienen factores (económicos, sociales, culturales, laborales, familiares, etc.), entre los cuales el dominio de la escritura de ciertos géneros, constituye un desafío para esos estudiantes.

En un segundo momento (periodo 2018-20121), nos propusimos analizar las producciones de los estudiantes. Se indagó específicamente en el apartado introducciones de los trabajos finales de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social (UNC).

Analizamos un corpus de 15 introducciones de trabajos finales con buenas calificaciones, con el propósito de identificar regularidades tomando como referencia el modelo CARS (Swales, 1990, 2004)¹⁶. Nos interesó específicamente reconocer si existen diferencias en las introducciones según los tipos de trabajos finales solicitados: investigaciones científicas, proyectos de comunicación y productos de comunicación. Estas tipologías planteadas en la reglamentación suponen otros desafíos –que se suman a la complejidad mencionada anteriormente– porque implican elaborar y articular, de manera particular, el género académico y el género profesional. Este último presenta una amplia variabilidad de acuerdo con las especificidades discursivas de los contextos y lenguajes implicados en sus diseños (Ávila, Frontoni y Orellana, 2019).

En este primer análisis exploratorio intentamos dar respuesta a dos preguntas centrales, ¿están presentes los pasos del modelo CARS en las introducciones analizadas?; ¿la presencia o ausencia de ciertos movimientos o pasos nos permite identificar o distinguir su pertenencia a un determinado tipo de TF?

En cuanto al primer interrogante, los resultados nos permitieron determinar que la mayoría de los pasos del modelo se incluyen en las introducciones de los trabajos analizados. Observamos que los pasos que se incorporan en casi la totalidad de las introducciones son dos de los tres que posibilitan discursivamente lo que Swales llama el movimiento de “definir un territorio” (DT). Los pasos presentes son *alegar centralidad y/o hacer afirmaciones generales sobre el tema*. De los pasos que habilitan a construir el movimiento de “establecer un nicho” (EN), el que mayor presencia tiene es el de *plantear un interrogante* (10 de las 15 tesis lo incorporaron). Con relación al

16 Este modelo propuesto por Swales se denomina CARS por su acrónimo en inglés (en español significa “crear un espacio de investigación”), y con frecuencia se ha utilizado para analizar artículos de investigación y tesis. El modelo plantea movimientos retóricos que se plantean en los textos.

movimiento “ocupar el nicho establecido” (ON) vimos que el paso *establecer propósitos* también está presente en la mayoría de los trabajos. Le sigue en cantidad de apariciones el paso *anunciar el presente trabajo*, con 12 presencias en las introducciones analizadas.

Los únicos dos pasos que no se incluyeron en ninguna de las introducciones son el de *contraargumentar* (del movimiento EN) y el de *anunciar principales hallazgos* (del movimiento ON). A su vez, los pasos *reseñar trabajos de investigación previos* (del movimiento DT), *señalar una laguna o vacío y continuar una tradición* (EN) tampoco son frecuentes de encontrar en los trabajos estudiados (solamente entre 3 y 6 TF los incluyen).

Con relación al segundo interrogante, los resultados habilitan a responder negativamente esta pregunta ya que no se advierten diferencias significativas en las introducciones según la tipología de trabajo. Hay, en la mayoría de los casos, presencias y ausencias compartidas. Sin embargo, se observó que, dependiendo del tipo de trabajo final, en algunos casos en ciertos pasos se hace referencia a especificidades del producto o proyecto elaborado. Por ejemplo, cuando se reseñan tipos de productos semejantes en lugar de investigaciones previas o cuando se hace visible una necesidad a cubrir por el producto o proyecto en lugar de una vacancia teórica.

Segundo movimiento: el proceso de escritura de tesis desde la perspectiva de los estudiantes

Además del interés centrado específicamente en el estudio de las producciones de los estudiantes, como es el de las introducciones de los trabajos finales compartido de manera sintética en el apartado anterior, realizamos un giro en el abordaje de esta problemática con el interés de indagar en los procesos de producción del trabajo final desde la perspectiva del estudiante.

Este deslizamiento nos exigió adoptar una metodología de carácter procesual-longitudinal a través del estudio de varios casos de estudiantes que se encuentren realizando su trabajo final e indagar sobre sus representaciones en relación al género tesina y sobre sus propias prácticas de escritura mediante la realización de entrevistas sucesivas durante el proceso de escritura de tesis. Siguiendo a Caïs, Folguera y Formoso (2014), el enfoque analítico diacrónico tiene la ventaja de explicar el proceso de reflexividad por el que la “persona se hace y rehace a sí misma” a lo largo del tiempo y, de esta manera, alcanzar una comprensión de por qué las personas actúan de la manera en que lo hacen.

Actualmente nos encontramos cerrando una primera serie de entrevistas a los estudiantes seleccionados para hacer el seguimiento (hasta junio de 2019 se definieron seis casos). Los criterios de selección de los casos fueron

los siguientes:

- que estuvieran en la etapa inicial de elaboración de su trabajo final,
- que representaran las distintas tipologías de trabajos finales reglamentarias,
- que puedan dar cuenta de procesos individuales y colaborativos, por lo que se seleccionaron tesis que hacen el trabajo de manera individual y otros en grupos.

En una primera sistematización de las entrevistas realizadas hasta ahora advertimos como relevante los siguientes aspectos: a) en todos los casos los estudiantes valoran momentos de su formación, por ejemplo cátedras y docentes, e incluso aparecen en su trabajo de tesis: tema de interés y/o docente tutor. b) En el relato de los tesis, el proceso de la tesis conjuga desafíos académicos (“terminar la tesis”), profesionales (“qué hacer en el futuro”), personales (“conseguir trabajo cuanto antes”). c) Identificamos rasgos diferenciales según la orientación elegida: en el caso de una estudiante de la orientación de investigación, la tesis es un desafío pero no se configura un problema mientras que estudiantes de otras orientaciones escribir la tesis los enfrenta a cierto desconcierto de qué hay que hacer y sobre todo cómo escribir.

Los hallazgos obtenidos en la primera etapa y lo que obtendremos en el estudio de los casos serán relevantes para pensar en acciones de acompañamiento que colaboren con la alfabetización académica de los tesis y que posibiliten optimizar los recursos que la institución y los docentes ofrecen a los futuros egresados.

Bibliografía

Ávila, X., Frontoni, L., y Orellana, M. (abril de 2019). La puerta de entrada a la tesina: análisis de las introducciones de los trabajos finales de grado de la Licenciatura en Comunicación Social. II Congreso Nacional Cátedra UNESCO para la lectura y la escritura, Mar del Plata, Argentina.

Arnoux, E. (2009). Funciones de la escritura en el capítulo de tesis y en la defensa de la tesis. En: Elvira Narvaja de Arnoux (directora) *Escritura y producción de conocimiento en las carreras de posgrado* (pp. 138-162). Buenos Aires: Santiago Arcos editor.

Caís, J; Folguera, L; Formoso, C. (2014). *Investigación cualitativa longitudinal*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Eisner, L. (2014, diciembre). Hacia la construcción de una posición autoral en las comunidades discursivas disciplinares: la gestión de la heteroglosia en tesis de Licenciatura de Historia. *Traslaciones. Revista Latinoamericana de Lectura y Escritura*, Vol. 1 (2). Recuperado de: <http://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/traslaciones/article/view/249/129>

Hael, M. V.; Padilla, C. (octubre de 2014). Gestión del saber ajeno en tesis de grado de Licenciatura en Ciencias Biológicas. En Actas del Congreso Nacional Subsección Cátedra Unesco, Universidad Nacional de Rosario (UNR). Recuperado de: <https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/4834/Hael%20-%20Padilla.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Meza, P. (2000). *La comunicación de conocimiento en las secciones de tesis de lingüística: Determinación de la variación entre grados académicos*. Tesis Doctoral, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Valparaíso, Chile.

Sweles, J. (2004). *Research genres: Explorations and applications*. Cambridge: Cambridge University Press.

Sweles, J. (1990). *Genre analysis. English in academic and research setting*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tamola, D. (2005). La tesina de licenciatura. En L. Cubo de Severnio (Coord.), *Los textos de la Ciencia. Principales clases del discurso académico-científico* (pp. 235-265). Córdoba: Comunicarte.

Tapia Ladino, M.; Marinkovich, J. (2013). Representaciones sociales sobre la escritura de la tesis en dos carreras del área de humanidades: Periodismo y Trabajo Social. *Revista Brasileira de Lingüística Aplicada (RBLA)*, Belo Horizonte. V.13, n1.

PLANIFICACIÓN

157

COMUNICACIONAL DE LA GESTIÓN

COOPERATIVA

Brusa, Mayra

FCC - UNC/ mayrabrusa@gmail.com

González, Verónica

FCC - UNC/ veronicaandreagonzalez@yahoo.com.ar

Varas, Claudia

FCC - UNC claudiavaraslu@gmail.com

Palabras claves: cooperativas de trabajo; comunicación/ educación; autonarraciones; soportes multimediales; transferencia educativa

A partir de la convocatoria 2018 realizada por el Ministerio de Ciencia y Tecnología de Córdoba (Mincyt) *Decreto P.E. Nro. 000128/2017* para Proyectos de Transferencia de Resultados de la Investigación y Comunicación Pública de la Ciencia (PROTRI) dentro el Programa Apropriación de Conocimientos (PAC); y en la intención de establecer un vínculo más estrecho entre la sociedad, la ciencia, la tecnología y la innovación, orientando la difusión de conocimientos y prácticas hacia necesidades técnicas y sociales; se conformó un equipo de trabajo colectivo integrado por docentes y egresadas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC) junto a trabajadores/as, en una primera etapa, de 10 (diez) cooperativas de trabajo de la Provincia, nucleadas en el Instituto para el Financiamiento de Cooperativas de Trabajo (IFICOTRA).

Esta intervención, se nutre de una experiencia anterior llevada a cabo de manera interdisciplinaria en el año 2015 junto a la Facultad de Ciencias Económicas y cuyos resultados fueron plasmados en un material de trabajo denominado “Innovar en calidad cooperativa. Una publicación creada para acompañar a los/as asociados/as trabajadores/as en la mejora de la calidad de sus organizaciones”. En esa oportunidad, se trabajaron mediante la dinámica de talleres de capacitación en las herramientas que resultaron valiosas para mejorar la gestión del trabajo y de la comunicación en estas organizaciones, colaborando en la sustentabilidad de los emprendimientos, así como también realizando un gran aporte tendiente a fortalecer la vinculación entre la Universidad y el sector productivo no lucrativo de la sociedad cordobesa (AA.VV. 2018).

En esta nueva apuesta, este equipo se propone la elaboración de materiales para el desarrollo de actividades de transferencia con grupos de Cooperativas de Trabajo que brindan servicios de seguridad, de transporte y de cuidado de enfermos. Establecimos para ello un cronograma de actividades que consiste en la identificación de las necesidades comunicacionales que establece cada grupo como prioritarias a fin de elaborar protocolos para producción de materiales autonarrativos en soportes multimediales. Para ello, convocamos a realizar jornadas de reconocimiento entre las organizaciones afines a los servicios que prestan, capacitaciones en formato de talleres de formación para la elaboración de soportes multimediales, reuniones de diseño de contenidos creativos y talleres de trabajo para diseño de estrategias de distribución de piezas comunicacionales de circulación interna y externa, según corresponda.

De esta manera, esta presentación se asienta en la necesidad de compartir un proceso que se viene desarrollando el último trimestre y que prevé un arduo

trabajo colaborativo entre las integrantes del equipo de investigación y los/as asociados/as a las cooperativas que forman parte. Pero además, en la necesidad de convalidarles un modo de entender no solo la relación entre comunicación y educación basada en procesos dialógicos y participativos, que tiendan a la conformación y consolidación de modos de vinculación horizontales y colectivizantes, como sostenía Paulo Freire. En un acto, ya no de transmisión o extensión sistemática de un saber allí donde se esgrime una subestimación de la capacidad de asumir el papel verdadero de quien procura conocer, de ser sujeto de una búsqueda. Una búsqueda, que hacemos convencidas de un posicionamiento político que nos asienta en un saber-hacer práctico y que nos interpela cotidianamente, porque también entendemos que esto no es más que producto de un encuentro, en palabras del Freire, entre quiénes en tanto interlocutores nos comprometemos en la acción transformadora de la realidad.

Bibliografía

- AA.VV. Innovar en calidad cooperativa. Una publicación creada para acompañar a los/as asociados/as trabajadores/as en la mejora de la calidad de sus organizaciones. Editorial Topos y Tropos. Córdoba, 2018.
- FREIRE, Paulo (1969). ¿Extensión o comunicación? Siglo XXI Editores; 2007.

GÉNEROS ACADÉMICOS Y

PROFESIONALES EN ETAPAS AVANZADAS

DE LA FORMACIÓN DOCENTE INICIAL

Castagno, Fabiana

FCC – UNC / fabianacastagno@hotmail.com

Salgueiro, María Alejandra

FCC – UNC / asalguei@live.com.ar

Dennler, María de las Mercedes

FCC – UNC / mercedesdennler@hotmail.com

Palabras claves: educación superior; carreras de grado, docencia, alfabetización académica, alfabetización

profesional

Introducción

La lectura, la escritura y la oralidad en la educación superior constituyen fenómenos que durante las últimas décadas han dado lugar a un campo de estudios y de investigación específicos. Éste se ha configurado con ciertas particularidades en América Latina y Argentina marcado por algunos autores por una hibridación de tradiciones (Ávila Reyes, 2017). Este movimiento fue cohesionado fundamentalmente a través de conceptos como lectura y escritura académica o de alfabetización académica, alfabetización disciplinar y/o profesional (Arnoux, 2009, Carlino, 2005, 2013, Navarro, 2014, entre otros) y ponen de manifiesto el papel relevante que asumen estas prácticas en la conformación de los campos disciplinares y profesionales y como vía privilegiada para hacerse partícipes a través de los procesos de formación.

Dichos conceptos dialogan con otras tradiciones entre las cuales cabe mencionar el Movimiento Escribir a través del Currículum (WAC por sus siglas en inglés) y Escribir en las disciplinas (WIC por sus siglas en inglés) de origen norteamericano, la Escuela de Sidney con la Pedagogía de los géneros de origen australiano y las Literacidades académicas de origen británico. Todas ellas, más allá de sus particularidades, destacan el papel situado, social, cultural e identitario que asumen las prácticas de lectura, escritura y oralidad como así también su complejidad por tratarse de prácticas altamente contextualizadas.

La importancia otorgada a estas prácticas también se ha visto reflejada en las agendas de las políticas del nivel tanto en la región como en Argentina en relación con los principios de inclusión con calidad en la educación superior y las responsabilidades institucionales por hacerse cargo de su enseñanza. Un ejemplo claro y reciente de ello en nuestro país lo constituye la convocatoria de la Secretaría de Políticas Universitarias por medio de los CEPRES a través del *Programa LOGROS Línea Escritura Académica y Profesional* con el propósito de fomentar/ fortalecer la enseñanza y el aprendizaje de las prácticas letradas con vistas a favorecer el acceso, la permanencia y la culminación de los estudios en universidades públicas y privadas argentinas (Resolución 15/19 de la SPU).

El contexto institucional

En la Universidad Nacional Córdoba esta preocupación y ocupación por las prácticas letradas se ha visto evidenciado en diferentes iniciativas tanto desde el área central como en diferentes unidades académicas que la conforman. Una expresión de ello es la participación activa en la constitución de la Red Argentina de Instituciones Lectoras y Escritoras de Educación Superior (RAILEES) creada en octubre de 2016. También, en proyectos interinstitucionales como *Lecturas y escrituras en la universidad. Hacia la construcción de redes académicas*

desarrollado durante 2016 y 2017 en el marco de la Convocatoria Misiones Inversas VI de la SPU y *Writing Program Higer Education* en el marco de la convocatoria “Host Institution Project Proposal Fulbright Specialist Program” de la Fundación Fulbright que realizó la UNC junto a UNER, UNRC y UNVM durante 2017 y 2018.

La Facultad de Ciencias de la Comunicación ha participado activamente en la promoción y ejecución de las iniciativas mencionadas. También, desde 2004 ha llevado adelante acciones orientadas a abordar esta problemática a través del Programa de Orientación hacia Metas Académicas y desde 2010 con el Programa de Apoyo y Mejoramiento de la Enseñanza de Grado. Como expresión de sus políticas institucionales en torno a la alfabetización académica, disciplinar y profesional ha creado a fines de 2018 el Centro de Escritura de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Asimismo, la unidad académica ha llevado adelante diversos estudios vinculados al tema y cuenta con una línea de investigación iniciada en 1995 conformada por estudios y programas de investigación orientados a indagar los procesos de formación y las prácticas profesionales de comunicadores sociales.

Acerca del Proyecto

Como parte de esa línea de investigación se desarrolla el proyecto de investigación “Prácticas de escritura en contextos de formación docente inicial y en primeras inserciones profesionales de estudiantes/egresados de Profesorados en Comunicación Social y en Ciencias Biológicas de la UNC”. Comprende el período de ejecución 2018- 2021 y se lleva a cabo en el Programa de Incentivos a Docentes Investigadores del Ministerio de Educación y Deporte de la Nación. Asimismo integra el Programa *Formación académica y prácticas profesionales en el campo de la comunicación. Desafíos y complejidades para la inclusión y calidad de la educación superior* junto a otros cuatro proyectos en desarrollo. La presente comunicación sólo refiere a avances producidos con respecto al Profesorado en Comunicación social. Se describe de manera breve aspectos conceptuales, metodológicos y algunos avances en el trabajo que está llevando a cabo el equipo de investigación.

El estudio se inscribe en el campo de estudios e investigaciones antes mencionados. Parte de la consideración de la escritura como una práctica altamente compleja que compromete múltiples dimensiones: comunicacional, cognitiva, emocional, cultural, social e identitaria. Adquiere especificidades de acuerdo al contexto en que se produce y demanda un aprendizaje a lo largo de toda la vida (Bazerman, 2013). En el ámbito educativo, diferentes investigaciones destacan el lugar de la escritura en los procesos formativos, en la construcción misma del conocimiento científico y profesional como así también su papel estratégico en la incorporación a las

culturas disciplinares y profesionales (Bazerman, 2012; Bazerman, et.al. 2016; Carlino, 2005, 2013; Navarro, 2014, 2016; entre otros). En la formación de docentes, también, se ha instalado un particular interés por la escritura debido a la centralidad que adquiere no sólo por su rol epistémico y comunicativo sino por el lugar que asume en la tarea de producir diferentes textos vinculados a la práctica profesional y su potencial para hacerlos partícipes (Alen y Allegroni, 2009, Bombini y Labeur, 2013, Brailovsky y Menchón, 2013; Carlino, Iglesia y Laxal, 2013, Castedo, M. 2007; entre otros).

El proyecto busca indagar cómo se configuran las prácticas de escritura en dos momentos particularmente complejos de los procesos de formación docente inicial. El primero corresponde a etapas avanzadas del grado, instancia en la cual los estudiantes deben poner en juego escrituras diversas para resolver las prácticas profesionalizantes en terreno. El segundo momento remite a las primeras experiencias profesionales una vez culminados los estudios. Se pretende, de esta manera, identificar continuidades, discontinuidades y/o transformaciones en sus trayectorias formativas desde la perspectiva de sus experiencias como escritores. En el estudio es relevante el concepto de *género discursivo* entendido como “complejos organizados de comunicación dan forma a nuestras relaciones e identidades, y dentro de estos complejos cambiamos y nos desarrollamos a través de nuestras secuencias de participación mediada” (Bazerman, 2012, p. 53).

La metodología es de tipo cualitativa en la que se combina el uso de técnicas de análisis documental, encuestas semiestructuradas, entrevistas semiguionadas y grupos focales. El trabajo de campo está organizado en dos fases. La primera, de acuerdo a lo ya señalado, aborda las experiencias de escritura de los estudiantes en fases avanzadas de la carrera y en espacios curriculares directamente vinculados con prácticas en terreno. En ese sentido se trabaja con cursantes de dichos espacios correspondiente al año académico 2019. La segunda, busca analizar esas experiencias en el ámbito de las primeras inserciones laborales a partir del año 2020.

Acerca de avances

El Profesorado en Ciencias de la Comunicación es una carrera que se inscribe institucionalmente como una oferta de grado y constituye un Ciclo Complementario de la Licenciatura que dicta la unidad académica. Tiene una duración de dos años en total y cuenta con 16 espacios curriculares. Su requisito de ingreso es tener el título de Técnico en Comunicación Social.

En términos de ejecución, el trabajo de campo realizado hasta el momento se corresponde con la primera de las fases mencionadas. Se han diseñado los guiones para

entrevistas a profesores y estudiantes como así también una encuesta semi estructurada. Los ejes de indagación se organizaron en torno a diferentes aspectos: a) tipos de escritos requeridos y realizados en el tramo estudiado, b) aspectos facilitadores y obstaculizadores en la resolución de los escritos d) vinculación de las prácticas de escritura con las TIC y d) valoraciones y sentidos que otorgan a las prácticas de escritura en los procesos de formación. Se han efectuado entrevistas a profesores responsables de los espacios curriculares delimitados para el estudio y las primeras entrevistas a estudiantes avanzados de una serie de tres que serán llevadas a cabo en esta fase. Se ha cumplimentado además análisis documentales de Programas y de materiales curriculares -materiales de estudio, tareas solicitadas-.

Los resultados alcanzados hasta el momento permiten reconocer la diversidad de prácticas escriturales que realizan los cursantes, así como los distintos contextos de producción y circulación y sus diferentes propósitos. También, la complejidad de los estudiantes de iniciarse en la elaboración de géneros profesionales del campo de la docencia y cómo éstos dialogan con los diseños curriculares de la jurisdicción, los proyectos institucionales, entre otros. En síntesis, los cursantes atraviesan, en etapas avanzadas del Profesorado en Comunicación Social, un proceso de reconfiguración de sus experiencias identitarias como escritores que se construye en el proceso de producción/ apropiación de géneros del futuro campo profesional en el cual convergen las particularidades del campo de la comunicación y el campo de la educación.

Bibliografía

- Alen B. y Allegroni. (2009). Los dispositivos de acompañamiento a los docentes noveles. En Alen, B. y Allegroni, A. *Acompañar los primeros pasos en la docencia, explorar una nueva práctica de formación*, p. 33-66. Buenos Aires: Ministerio de Educación de la República Argentina.
- Arnoux, E. (Dir.) (2009). *Pasajes: escuela media-enseñanza superior. Propuestas en torno a la lectura y la escritura*. Buenos Aires: Biblos.
- Ávila Reyes, N. (2017). Postsecondary writing studies in Hispanic Latin America: Intertextual dynamics and intellectual influence. In *London Review of Education*. Vol 15, number 1, March 2017, pp. 21-37.
- Bazerman, C. (2012). *Géneros textuales, tipificación y actividad*. México: Benemérita Universidad de Puebla.
- Bazerman, C. (2013, febrero). Comprendiendo, un viaje que dura toda la vida: la evolución de la escritura. *Infancia y Aprendizaje*, 36 (4), pp. 421-441. Recuperado de: <https://>

bazerman.education.ucsb.edu/sites/default/files/docs/Bazerman2012 BOOKGENEROS%20TEXTUALES.pdf
 Bazerman, C. (2016). La Escritura a través del currículum siempre estuvo ahí. En Navarro F. (ed). *Escribir a través del Currículum. Una guía de referencia* (pp.32-37). Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba. Recuperado de <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/4030>
 Bombini G. (2015). *Textos retocados: Lengua, literatura y enseñanza*. Buenos Aires: El Hacedor.

Bombini, G. y Labeur, P. (2013, enero-junio). Escritura en la formación docente: los géneros de la práctica. En Revista *Enunciación*. Vol. 18 N° 1, pp. 19-29. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4782069.pdf>.

Brailovsky D. y Menchón A. (2014). *Estrategias de escritura en la formación. La experiencia de enseñar escribiendo*. Buenos Aires: Noveduc

Carlino, P. (2005). *Escribir, leer y aprender en la universidad. Una introducción a la alfabetización académica*. Buenos Aires: FCE.

Carlino, P. (2013). Alfabetización académica diez años después. En Revista Mexicana de Investigación Educativa (pp.355-381).Vol. 18. Disponible en: <http://redalyc.org/articulo.oa?id=1425774003>

Carlino, P., Iglesia, P. y Laxal, I. (Enero-Abril, 2013). Concepciones y prácticas declaradas por profesores terciarios en torno a leer y escribir en las asignaturas. *Revista Docencia Universitaria*. Vol. 11 (1). pp. 106-135.

Castagno F. y Salgueiro A. (2017). Leer y escribir de/en la práctica durante la formación docente inicial: pasajes, inscripciones y complejidades. En: Giménez, G.; Luque, D. y Orellana, M. (Comp.). *Leer y escribir en la UNC: reflexiones, experiencias y voces II* (pp. 115-126). Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.

Castedo, M. (2007, Junio). Notas sobre la didáctica de la lectura y la escritura en la formación continua de docentes. *Lectura y Vida*. Recuperado de <http://www.lecturayvida.fahce.unlp.edu.ar/numeros/a28n2/2802Castedo.pdf>

Navarro, F (2016). El movimiento Escribir a través del Currículum y la investigación y la enseñanza en Latinoamérica. En Navarro F. (Ed.). *Escribir a través del Currículum. Una guía de referencia* (pp. 38-48). Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba. Recuperado de <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/4030>

Navarro, F. (2017). De la alfabetización académica a la alfabetización disciplinar. En Ibañez y González (Ed.). *Alfabetización disciplinar en la formación inicial docente. Leer y escribir para aprender*. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

INTERFACES DIGITALES Y NARRATIVAS

TRANSMEDIA PARA LA EDUCACIÓN /

COMUNICACIÓN POPULAR.

Un tema en construcción

Castro Chans, Norma Beatriz

UNNE / castrochans@gmail.com

Palabras claves: TIC; hipertexto; apropiación social de las tecnologías; plataformas digitales

Introducción

La aparición y expansión de las tecnologías digitales, la convergencia de medios, la disponibilidad de múltiples pantallas, las posibilidades de interacción a partir de la web 2.0, modificaron las formas de consumo de medios y la producción de contenidos; redefinieron el papel de productores de contenidos y de sus usuarios.

Estas tecnologías no son neutrales, sino que se generan como producto de relaciones sociales históricamente situadas en las que se juegan distintos intereses y poder. En esta configuración de la sociedad que Castells (2009) denomina *Sociedad Red* también se define quiénes formarán parte de dicha red y quiénes quedarán excluidos de la misma. En esa puja de inclusión o exclusión del mundo digital / informacional, juegan un papel importante la alfabetización digital, la accesibilidad web y la usabilidad de las interfaces que median entre personas y máquinas (Cobo,2005).

Estas interfaces son aplicadas a resolver múltiples requerimientos de la vida cotidiana y una de esas funciones es la educativa. Huergo (2007) afirma que:

los procesos de comunicación/educación (como el uso de medios y tecnologías en educación) se producen como un encuentro político-cultural, donde se ponen en relación un mundo cultural con determinado horizonte político (que puede tener como interés someter al otro o trabajar con el otro para lograr juntos nuevas formas de autonomía, de transformación social o de liberación.

Siguiendo esta línea, nos preguntamos si la arquitectura de la información, así como las posibilidades de interactividad de las interfaces digitales consideran en su diseño a los sujetos populares como potenciales usuarios. Y, más aún, si a partir de la disponibilidad de tecnologías móviles (especialmente los smartphones), es posible utilizar dispositivos digitales para la educación / comunicación popular.

Interfaces digitales, narrativas transmedia y apropiación social de las tecnologías

Pierre Levy (2007) define las interfaces como “*todos los equipos de materiales que permiten la interacción entre el universo de información digitalizada y el mundo ordinario*”. Por su parte, Lev Manovich (2005, p.320), describe el espacio de los nuevos medios como una amalgama modular de medios anteriores con la capacidad de ser “navegable”, conformando así una nueva “*forma cultural que podría ser exclusiva de los nuevos medios*.” Esta navegabilidad y las posibilidades de interacción a través de las interfaces digitales rompen con la estructura lineal de los textos planos para configurar hipertextos. Levy (2000) concibe al hipertexto como un conjunto de nudos ligados por conexiones. Los nudos pueden ser palabras, imágenes, gráficos o partes de gráficos, secuencias sonoras, documentos completos que a su vez pueden ser hipertextos. Funcionalmente, un hipertexto es un ambiente para la organización de conocimientos o de datos.

Por su parte, Scolari (2008), caracteriza a los hipertextos por: su estructura reticular, contenidos descentrados, la posibilidad de una lectura no secuencial y de interactividad entre usuario y sistema, lo cual lleva a la redefinición de los tradicionales roles de autor y lector.

A la noción de interfaces digitales e hipertextualidad, agregamos la de narrativas transmedia en tanto constituyen una forma de relato que se expande a partir de muchos medios y plataformas de comunicación (Scolari, 2008;2013) en donde cada medio hace lo que mejor sabe hacer (Jenkins, 2008) aportando a la construcción y la expansión de un mundo narrativo. Pero las narrativas transmedia no son sólo cuestión de relatos y medios, sino de públicos – consumidores, o “prosumidores”.

Para Renó (2016) transmedia es un lenguaje contemporáneo que ofrece al usuario una posibilidad de navegación física y/o virtual, de retroalimentación, de reconstrucción, de participación a través de contenidos distintos, complementarios y relacionados entre sí.

Estas alternativas que surgen a partir del desarrollo de las tecnologías (digitales, organizacionales, educativas) habilitan mayores oportunidades para establecer situaciones de diálogo y participación entre interlocutores, de interacción sincrónica, autónoma y ubicua que amplía exponencialmente las posibilidades de aquellas tecnologías para la educación y la comunicación popular (Krohling Peruzzo, 2015; Gumucio Dagrón,2001) de la década del 70 como, por ejemplo, el *cassette foro*¹⁷.

17 El Cassette-Foro es un modelo de comunicación para la promoción y educación de adultos. El método es grupal y bidireccional. Mediante el intercambio de mensajes grabados en cassettes, permite entablar a distancia un diálogo entre los miembros de base

Pero para que eso ocurra, se requiere que los sujetos se apropien de las tecnologías, lo cual no sólo remite a la apropiación de un objeto sino de los significados que el objeto vehiculiza, posibilita o desencadena. (Lago Martínez et al., 2017).

La apropiación se da a través de las prácticas de los sujetos, al usar objetos tecnológicos de acuerdo a sus necesidades, sean estas de índole material o social, en contextos individuales o colectivos.

La apropiación de tecnologías tiene también una dimensión política, en el sentido que supone una elucidación acerca de los condicionamientos sociales e ideológicos atribuibles a los medios y las tecnologías que permite a los actores individual y colectivamente, la adopción y adaptación creativa de esos dispositivos en función de la construcción de proyectos de autonomía individual y social. (Susana Morales, 2017, p. 31)

Pero, como señalamos más arriba, para que esa apropiación se realice, deben analizarse otras condiciones como la *accesibilidad web*¹⁸, las *competencias digitales*¹⁹ o el grado de alfabetización en el uso de tecnologías que permitan a los usuarios interactuar con las interfaces digitales, obtener y gestionar información, y comprender las lógicas de las *narrativas transmedia*.

Más que conclusiones, preguntas: La cultura mediática estructura nuevas prácticas sociales, amplía las posibilidades de interacción en la que los participantes, en tanto sujetos activos, se apropian y construyen sentidos a partir del consumo de medios, una recepción que es situada histórica y culturalmente. (Mata, 1999) En la actual Sociedad del Conocimiento, más que en ningún otro momento, el acceso a la información y a la educación constituyen una necesidad y, por ende, un derecho.

de la organización y el núcleo dirigente de la misma y /o entre los grupos de base entre sí. El modelo combina la comunicación colectiva con la interpersonal: mensajes colectivos grabados en cassettes, audición del mensaje por parte de cada grupo, discusión del mismo y respuesta del grupo grabada en la otra pista del cassette. Todos asumen el rol de interlocutores. (Kaplún, 1978)

18 De modo más amplio que lo establecido por la Pautas de Accesibilidad para el Contenido Web (WCAG) entendemos que esta tiene su aplicación en el desarrollo de sitios web de forma que los usuarios no se vean en la imposibilidad de acceder a la información debido a sus limitaciones personales (discapacidad), su entorno de trabajo, el software de navegación o los dispositivos de entrada/salida empleados.

19 Conjunto de habilidades, conocimientos y actitudes que poseen los usuarios hacia las TIC, la efectividad de uso de ellas y la crítica frente a un propósito determinado. Chávez, F. H., Cantú, M. y Rodríguez, C. M. (2016).

Durante las décadas del 70 y 80, autores del campo de la comunicación popular y educativa como Mario Kaplún (1987), Daniel Prieto Castillo (1995, 2010), Oliver Berthoud (1992), entre otros, han desarrollado criterios u orientaciones para la producción de materiales educativos (impresos, radio) para la comunicación y la educación popular, ¿se podrían actualizar esos lineamientos o protocolos para la producción de interfaces digitales educativas orientadas a sectores populares en tiempos de la Sociedad Red? ¿Las interfaces digitales y las narrativas transmedia constituyen una posibilidad viable para la educación/comunicación popular? ¿De qué manera las tecnologías digitales pueden contribuir a la comunicación y educación popular?

Bibliografía

- Berthoud, O. (1992) *Imágenes y textos para la educación popular. Orientaciones metodológicas con énfasis en la elaboración de impresos para neolectores/as*. La Paz (Bolivia) CIMCA y Comunica-Tegucigalpa.
- Castells, M. (2009) *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Chávez, F. H., Cantú, M. y Rodríguez, C. M. (2016). Competencias digitales y tratamiento de información desde la mirada infantil. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 18(1), 209-220. Recuperado de <http://redie.uabc.mx/redie/article/view/631>
- Cobo, C. (2005) *Organización de la información y su impacto en la usabilidad de las tecnologías interactivas*. Tesis Doctoral. Dirigida por el Dr. Ángel Rodríguez Bravo. Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Comunidad Autónoma de Barcelona.
- Gumucio Dagrón, A. (2001). *Haciendo Olas Historia de comunicación participativa para el cambio social*. La Paz (Bolivia):Plural Editores,
- Jenkins, H. (2008) *Convergence Culture*. Barcelona: Paidós.
- Kaplún, M. (1978) *Cassette – Foro. Un sistema de comunicación participatoria*. Extractos del Informe Final de la experiencia de Cassette-Foro Rural realizada en Uruguay Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria. Montevideo (Uruguay): IPRU-Instituto de Promoción Económico-Social del Uruguay.
- (1987) *El Comunicador Popular*. Buenos Aires:Editorial Humanitas,
- Krohling Peruzzo, C. (2015) Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadana. En: *La contribución de América Latina al campo de la comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias en la investigación*. Buenos Aires, Prometeo, págs. 419 a 445.
- Lago Martínez, S., Méndez, Anahí y Gendler, M. (2017) Teoría, debates y nuevas perspectivas sobre la apropiación de tecnologías digitales. En: Cabello, R. (et. al.) *Contribuciones al estudio de procesos de apropiación de tecnologías*. Buenos Aires: Ed. Del Gato Gris.
- Lévy, P. (2000) *Las tecnologías de la inteligencia: el futuro del pensamiento en la era informática*.
- (2007) *Cibercultura*. México: Anthropos, págs. 5 a 15.
- Huergo, J. (2007) *Los medios y tecnologías en educación*. La Plata: UNLP. (mimeo)
- Irigaray, F. y Renó, D. (comps.) (2016) *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas*. Buenos Aires: La Crujía.
- Manovich, L. (2005) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.
- Mata, M. C. (1999) De la cultura masiva a la cultura mediática. En: *Revista Diálogos de la comunicación* N° 56, FELAFACS, Lima.)
- Prieto Castillo, D. (1995) *Mediación de materiales para la comunicación rural*. Buenos Aires : INTA,
- (2010). *En torno a principios de la comunicación educativa*. En: Centro De Comunicación La Crujía, *Comunicación Comunitaria. Apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva*. La Crujía, Buenos Aires, págs. 51 a 66.
- Scolari, C. (2008) *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Madrid : Gedisa.
- (2013). *Narrativa transmedia – donde todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

LECTURA Y ESCRITURA HOY ¿ENTRE MUROS, PAREDES Y REDES?

Cavaille, Susana María

FCE - UNER / susanacavaille@gmail.com

scavaille@fcedu.uner.edu.ar

Palabras claves: sociedad contemporánea; comunicación; educación; subjetividad; experiencia

A diario ejercitamos, practicamos, diferentes modos de lecturas y escrituras; cuando buscamos una información, cuando intercambiamos mensajes con amigos y amigas, cuando recibimos o elaboramos informes laborales, al

leer una novela entre otros.

Aquí nos interesará la lectura y escritura, en tanto diálogo, entendido como ese “lugar”, “momento”, de encuentro (que no implica necesariamente simultaneidad) y como los mecanismos propio de todo trabajo intelectual[1], con sus propias reglas de juego en cada espacio. Entendiendo el trabajo intelectual como “la elección de un tipo de vida tanto como de una carrera...”, el trabajador intelectual forma su propio yo a medida que trabaja para perfeccionarse en su oficio; para realizar sus propias potencialidades y aprovechar las oportunidades que se ofrezcan en su camino, forma un carácter que tiene como núcleo las cualidades del buen trabajador”. (Mills, 1961: Pág. 206).

¿Qué y cómo nos “implican” estas actividades?. ¿Lo contextual incide en la subjetividades?, ¿y en los modos de lectura y escritura?.

Jorge Larrosa habla de la escritura de la experiencia y la escritura que es, ella misma, experiencia. Experiencia de lenguaje y también, al mismo tiempo, experiencia de pensamiento. La escritura como lo diferente a poner por escrito lo expresado oralmente. Larrosa plantea que el que escribe se enfrenta a la soledad, se retira para escribir y lo hace para defender “su” soledad, esto no significa que estuviera antes la soledad y que se escribe para cubrirla, sino que implica iniciarse en un modo de soledad. Larrosa recupera a María Zambrano quien “sostiene que retirarse a escribir es establecer una separación que une una distancia que aproxima, el escritor se aleja de la realidad, para luego ser recuperados en el alejamiento pero desde otro lado”. (Larrosa, 2006: Pág. 2)

La invitación a practicar la escritura como un modo de “vivenciar” la soledad, de estar en silencio, de encuentro consigo mismo, parece ser la descripción de un retrato de otro tiempo, en el que los personajes se muestran concentrados en la acción. A modo de ejemplo, la pintura “El Lector” realizada por el suizo Ferdinand Hodler en 1885, en contraposición a las imágenes que obtenemos si colocamos en un buscador la palabra “escritor actual”. Rápidamente, los buscadores nos devuelven algunas pocas imágenes de personas escribiendo, rodeada de diversos dispositivos digitales, y una gran mayoría de retratos en primer plano, mirándonos, interpelándonos.

Siguiendo el ejemplo de las imágenes, lo que está en el centro mismo del debate no es la tecnología en la construcción de uno u otro tipo de retrato, sino da cuenta de la modificación en la significación subjetiva de lector y escritor plasmada en las imágenes.

Paula Sibilía plantea que “la naturaleza humana no es inmutable, (...) por el contrario, las subjetividades se construyen en las prácticas cotidianas de cada cultura, y los cuerpos también se esculpen en esos intercambios” (Sibilía, 2012: Pág 8).

Por ello, mientras en la sociedad moderna (siglo XIX y XX) estaba diferenciada la esfera privada de la pública, las paredes marcaban los límites, y las tecnologías analógicas contribuían a la separación de los espacios. Las paredes conformaban espacios determinados y específicos a ciertas actividades que sólo allí ocurrían: templo, aula, taller, teatro, biblioteca, almacén, casa, cocina, dormitorio, etc. Algunos de esos lugares constituían espacios ligados exclusivamente a la intimidad y/o interioridad (como podría ser la casa, la sala de estudio) separados del resto que eran para el comercio, la política, el trabajo, la recreación. Pero también estos lugares delimitaban tiempos, el tiempo del trabajo del tiempo del ocio/descanso, el de lo social del dedicado a estar en familia, lo público de lo privado. La política y lo temas de interés público transcurrían fuera de lo privado e íntimo

En la sociedad contemporánea se comienzan a difuminar esas separaciones entre espacios y tiempos, las paredes siguen existiendo pero parecería que cada vez más como construcciones para protegernos de las cuestiones climáticas o de las acciones delictivas y, a la vez, paredes que se construyen para ser mostradas. En paralelo, la noción de “red” fue creciendo y, paradójicamente hablando, se fue consolidando a partir del surgimiento de la red de las redes y hasta las redes sociales que se constituyen en vidrieras, en tanto lugar por excelencia para mostrar.

Carlos Skliar en su reciente trabajo titulado “como un tren sobre el abismo” nos relata/parte de/ una escena más o menos cotidiana, en la que habitamos y nos habita, a la vez, que reproducimos. Se trata de “la prisa con la que el mundo convoca a los individuos para una existencia en apariencia dichosa, la celeridad y la docilidad con que parece acatarse tal invocación, la velocidad con que los principios enunciados mutan o desaparecen” (Skliar, 2019: Pág. 9). El autor agrega que, quizás una de las escenas más significativas para la mayoría de los individuos sea, y en lo personal lo es, el sentirnos abrumados por la rapidez de la novedad, la necesidad de adecuación constante a “una sucesión repetida de imperativos contruidos por burdos refinamientos del lenguaje y de la acción, el desprecio por la memoria del pasado y el ritual celebratorio del futuro, los cuerpos tambaleantes en el filo del agotamiento, y ni un instante -ni siquiera alguna comprensión o alguna compasión- para el *dolce far niente*” (Skliar, 2019: Pág.10).

Asimismo, se podría agregar como otra característica de la escena, lo efímero, la volatilidad de los acontecimientos y la sensación de agobio en un esfuerzo constante por mantenernos en carrera, cual maratonista.

Si bien, la producción del comunicador y el periodista desde sus orígenes ha estado ligado a lo perezoso de las noticias, a la rapidez con que un tema dejaba de ser parte de la agenda mediática, hoy se ha exacerbado

considerablemente.

Esta caracterización o descripción epocal fue planteada por Zygmunt Bauman en su libro “los retos de la educación en la modernidad líquida” donde menciona que la educación -en la fase actual de la modernidad, se caracteriza por la fluidez/ liquidez, en contraposición a la modernidad sólida donde todo era duradero- se concibe más como un producto que como un proceso. En ese contexto, la educación pasa a ser una cosa que se consigue, completa, terminada, y no una actividad continua de toda la vida; es decir, la educación parece abandonar la noción del conocimiento útil para toda la vida y sustituirlo por la noción del conocimiento a usar y tirar. Precisamente, los retos actuales son vencer esa concepción.

Interesa pensar en modos de reconstruir esa escena cotidiana que nos envuelve y que es necesario confrontar para (re)encontrarnos. Entonces, en tanto coincidamos que aparece como necesario escaparnos de algún modo a la velocidad del momento y a la presión de las circunstancias, la invitación a retirarnos a leer y escribir (solos y con otro/s) resulta ser posibilidad de experiencias subjetivas. En palabras de Larrosa el escribir nos da entonces el silencio que necesitamos para darnos tiempo, para detener el tiempo, al menos ese tiempo crónico, veloz, por el que nos sentimos arrastrados. Y nos da también el silencio que nos es preciso para escapar de las circunstancias, para huir de ese modo de estar en el mundo siempre pragmático e interesado, siempre demasiado circunstancial, por el que nos sentimos atrapados.

Y nos da por último el silencio necesario para recuperar una cierta unidad, un cierto recogimiento, una cierta sensación de estar en nosotros mismos, un cierto ensimismamiento. Pero lo característico de la experiencia de la escritura es que, en ella, esa interrupción de la dispersión producida por la inmediatez del tiempo y por el asedio de las circunstancias se da, precisamente, en una modificación de nuestra relación con la lengua. Sólo podemos salvarnos de la presión del tiempo y de las circunstancias si somos capaces de rescatar las palabras y nuestra relación con las palabras de esa misma presión.

Bibliografía

BAUMAN, Z; (2007); “Los retos de la educación en la modernidad líquida”. Barcelona. Ed. Gedisa

BRITOS, M del P. y BAUDINO, S.; (2004); “El trabajo intelectual en tiempo de crisis”, en “*Entre el curriculum y la disciplina, la crítica*”. Paraná. FCEdu- UNER.

LARROSA; J; (2006); *Una invitación a la escritura*; Clase de la Diplomatura Superior Lectura, Escritura y Educación; Bs.As.; FLACSO

MILLS, C.W.; (1961); “Sobre artesanía Intelectual” en “*La imaginación sociológica*”. México, Fondo de Cultura Económica.

SIBILIA, P; (2012) “¿Redes o paredes?. La Escuela en tiempos de dispersión”. Buenos Aires. Tinta Fresca.

(2008) “La intimidad como espectáculo” Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.

SKLIAR, C.; (2019); “Como un tren sobre el abismo- o en contra de toda prisa”. Madrid, Vaso Roto Ediciones.

CONSTITUCIÓN Y POLÍTICA:

COMUNICAR Y ENSEÑAR EN LA EDUCACIÓN PRIMARIA

Cevallos Ammiraglia, Diego A.

CEA - FCC - FD – UNC / diego_cevallos@hotmail.com

165

Palabras claves: educación; educación jurídica; derecho; estrategias pedagógicas; política

El objeto de este trabajo es indagar de manera exploratoria algunas estrategias utilizadas por maestros del nivel escolar primario para enseñar aspectos de las ciencias sociales vinculados al Estado y a la Constitución Nacional.

La metodología utilizada es de carácter cualitativo y la técnica de recolección de datos ha sido la entrevista.

Se concluye que si bien es un desafío para los docentes enseñar estos temas, es posible realizarlo mediante el empleo de vocabulario acorde a la edad y explicaciones sobre los aspectos centrales de la conformación del Estado argentino y de nuestra Carta de Derechos. Además, se pone de relieve la estrategia que consiste en hacer protagonistas a los educandos.

Introducción

El objeto del trabajo es indagar de manera exploratoria algunas estrategias utilizadas por docentes del nivel escolar primario para enseñar aspectos de las ciencias sociales y jurídicas vinculados al Estado y a la Constitución Nacional.

El desafío radica en que los educandos – niños y niñas de la escuela primaria- aprehendan y se apropien de dicho conocimiento. Intuitivamente, no parece una tarea despojada de dificultades y complicaciones para quienes no estamos formados en la pedagogía ni poseemos trayectoria en la formación de personas.

Ante esta situación, y tras algunas conversaciones con maestros/as de grado, nos pareció enriquecedor indagar, de manera exploratoria, esas maneras técnicas y estratégicas, que despliegan los docentes en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Nos interesó, particularmente, el mecanismo de aprendizaje sobre instituciones como el Estado o la Constitución Nacional, que según los docentes entrevistados, se torna una temática abstracta donde el reto está en convertirla en un contenido palpable.

Estos contenidos, según las docentes entrevistadas, son abordados en el área de Ciencias Sociales en la escuela primaria. Esto va en sintonía con lo dispuesto por la Ley N° 26.206 de Educación Nacional, en tanto, se busca el aprendizaje de contenidos significativos en distintas áreas, entre ellas, las ciencias sociales.

Las maestras comentan que, además del conocimiento que poseen sobre estos temas, dedican horas en el estudio para estar mejor preparadas a la hora de brindar las clases. Asimismo, la propia dinámica del siglo XXI, dada por la intensificación de los procesos globalizadores, ha transformado en cierta forma los procesos educativos, por lo cual, los maestros debieron adecuar de alguna manera su forma de enseñar.

Avolio de Cols (1976), sostiene que uno de los métodos de enseñanza posible es la comunicación grupal directiva, en donde el alumnado discute, debate, pero el docente es el responsable de moderar y dirigir el intercambio. Consideramos que éste es el método que las maestras entrevistadas aplican para enseñar sobre política y Derecho. Así, el alumnado es un partícipe necesario en la elaboración de lo asimilable, así como también se vuelve un sujeto crítico y pensante.

El trabajo se estructura en dos apartados. El primero, es el abordaje del método de enseñanza utilizado por las maestras que han sido entrevistadas para enseñar sobre la temática ya mencionada. En segundo y último lugar, realizamos algunas consideraciones finales.

Comunicación grupal directiva: un abordaje del Derecho y la Política

La comunicación grupal directiva (Avolio de Cols, 1976) tiene la potencialidad de romper con la unidireccionalidad del proceso de comunicación y produce una coautoría en la generación de la asimilación del conocimiento. Permite encarnar en cada alumno y alumna la posibilidad de participar, poniendo en juego capacidades críticas. Surge del análisis de las entrevistas, además, que este método de enseñanza contribuye a materializar nociones abstractas para personas de corta edad.

Ahora bien, emana de las entrevistas que el Estado es quien configura el catálogo de contenidos y las formas de enseñarlos. En ese marco, no hay una clase que solamente se dirija al estudio de la Constitución Nacional o a la Organización del Estado, sino que éstos tópicos son un componente más en el abordaje de contenidos que hacen a la formación cívica y ética. Al margen de aquellas exploraciones sobre las políticas educativas, nos interesan las interacciones en el aula, que le dan cuerpo a un proceso de enseñanza-aprendizaje.

Así, el enseñar estos temas es un gran desafío. Una buena forma de “imantar” a los educandos es jugando, configurándose así estrategias lúdicas que aluden a la democracia y a la posibilidad de debatir. Los educandos jugarían a ser, por ejemplo, Diputados y Senadores de nuestra nación, o podrían jugar a ser Constituyentes, lo 3 cual implica que se podría enseñar, además de formación ética y cívica, algo de historia. Una docente, me mostró una imagen, donde se veía que los estudiantes habían puesto una lista de derechos que ellos consagrarían. Aparecen, el derecho a la vida, a la libertad, al trabajo, a la igualdad, entre otros. Nótese que no aparece el derecho a la propiedad.

Así, en principio, en el nivel primario, se enseña la constitución macro del Estado, es decir, los tres Poderes: Legislativo, Ejecutivo y Judicial. Se explican las funciones principales de cada uno, así como también se mencionan algunos de los funcionarios públicos que ocupan dichos cargos en la actualidad. Sobre la Constitución Nacional, se abordan algunos derechos fundamentales, el Preámbulo, y algunas consideraciones en lo que en el Derecho se conoce como “parte orgánica de la Constitución Nacional”.

No obstante, como mencionábamos anteriormente, estos temas forman parte de un contenido “paraguas” en donde se alojan también otras temáticas significativas, como lo es la importancia de conocer nuestros derechos. En esa clave, el derecho al sufragio cobra importancia como una arista significativa en nuestra coyuntura, en tanto es un año eleccionario y los jóvenes a partir de los 16 años pueden ejercer su derecho a voto.

De las entrevistas emana además que los docentes deben planificar sus clases en función de las nuevas “reglas” propias de este siglo. El uso de la tecnología

en el proceso de enseñanza-aprendizaje es uno de los supuestos más ejemplificadores al respecto. La mixtura entre la tecnología y las dinámicas lúdicas es lo que permite llegar a los educandos y comprometerlos en el proceso de aprendizaje. Las docentes consideran que ya no es redituable en términos de aprendizaje el escuchar al docente nombrar los miembros de la Primera Junta o el recitado del Preámbulo de la Constitución Nacional. No porque no tengan importancia, sino porque la búsqueda es al aprendizaje creativo y en estos temas puntuales, dialógico y grupal. Así, la Ciencia de la Comunicación y la mirada teórica que se tiene de los procesos en el aula pueden aportarnos elementos para encontrar estrategias que permitan un aprendizaje más redituable y amable para los educandos.

Consideraciones finales

La actitud cívica ha sido el puntapié inicial de esta breve exposición. El incentivo en indagar sobre cómo el Derecho y la Política son abordadas en las aulas de la escuela primaria, encuentra asidero en el compromiso con la formación jurídica y política mínima que, a sesgo del autor, debería existir.

En las aulas de las escuelas, el proceso de enseñanza-aprendizaje se encuentra situado de manera dependiente con relación a los vaivenes de dinámicas que exceden incluso a las fronteras del Estado nacional. Así, hay una suerte de readecuación de los métodos de enseñanza a lo que exige la coyuntura.

Bibliografía

Avolio de Cols, S. (1976). *Planeamiento del proceso de enseñanza-aprendizaje*. Buenos Aires: Marymar.

EL ANÁLISIS DE LA UNIVERSIDAD POPULAR VIRTUAL DE LA UNC DESDE EL MARCO DE LA INNOVACIÓN EDUCATIVA

Cuello, Silvina Andrea

*FCC - UNC y Ministerio de Educación de la Provincia
de Córdoba/ silvina.cuello@unc.edu.ar*

Palabras claves: Universidad Nacional de Córdoba; educación superior; universidad popular; innovación educativa; MOOC

Introducción

Este trabajo se inscribe en el marco del proyecto de investigación SECyT-UNC “La innovación como concepto y como práctica en la Educación Superior. Una aproximación a las visiones que sustentan la vinculación y la transferencia de conocimiento orientadas a la innovación”, donde se considera a la innovación como un concepto actual de aparente neutralidad, pero reconociendo que existe en esta concepción un “buenismo subyacente” -Echeverría (2017, p. 98)- que la asocia a la creación de oportunidades pero que no deja espacios para analizarla en profundidad. Por otro lado el uso del concepto innovación se ha tornado polisémico ya que se ha extendido a distintos ámbitos con variadas interpretaciones que sustentan diferentes modelos de gestión y visiones acerca del desarrollo.

En la fundamentación del proyecto de investigación se señala que “..., es relevante indagar la incorporación de esta noción en las agendas de las políticas públicas de Ciencia y Tecnología sus interacciones con las políticas en el ámbito de las Universidades nacionales, así como comprender e identificar las perspectivas y prácticas que pueden ser analizadas desde las ciencias sociales y humanas”.

En este momento histórico, las universidades adquieren mayor relevancia en la tarea de vincularse con las empresas, los grupos sociales y diversas instituciones, promoviendo tendencias hacia la innovación desde el rol transformador que se le asigna a la Educación Superior.

En esta primera aproximación al campo, y considerando los objetivos del proyecto, se estudiarán y analizarán las características de la Universidad Popular Virtual y del Campus Virtual, como algunas de las experiencias generadas por la UNC como procesos de innovación educativa.

La Universidad Popular Virtual: destinatarios, actores y agentes

El Programa Universidades Populares que depende de la Secretaría de Extensión de la UNC tiene como objetivo "... rescatar y poner en valor la valiosa experiencia de la figura de las universidades populares, instituciones de larga historia y recorrido en el mundo y también en nuestro país.". Este programa también apunta a aportar al desarrollo de la figura de universidades populares en diferentes regiones de la provincia de Córdoba, como también potenciar el desarrollo de experiencias vinculadas con la educación no formal.

La Universidad Popular Virtual, conformada por el Campus Virtual, Oficios UNC y Portal de Empleos, es la estructura virtual del Programa de Universidades Populares.

Según el sitio de la Universidad Popular Virtual-UNC, la misma tiene como objetivo unificar y socializar el conocimiento permitiendo el acceso de toda la comunidad a la educación, formación de capacidades y bienes culturales. Desde el sitio mencionado, se ofrecen diferentes tipos de cursos de oficios y capacitaciones.

Técnicamente todos son Cursos Masivos Abiertos en Red, o MOOC, que son una nueva modalidad de formación que desde principios de esta década han crecido en forma exponencial y que ponen a disposición de los usuarios propuestas formativas mediante plataformas virtuales abiertas, que incluyen diversas actividades de aprendizajes y que son de participación masiva. Todos los MOOC de UNC comparten la misma estructura, que es la propia de Open edX.

Los cursos disponibles al 04-06-2019, en la Plataforma Open edX(<https://edx.campusvirtual.unc.edu.ar>)²⁰ tienen temáticas tan amplias que van desde el manejo de celulares, la mecánica básica, la formación en género y abordaje de violencias hasta la peluquería.

Estos cursos están organizados en módulos o semanas -en general son cuatro- y pueden adquirir básicamente los siguientes formatos:

1. Curso organizado a partir de un video explicativo al que se le agrega una evaluación de opciones de verdadero o falso. En algunos casos se explicita quién o quiénes son los responsables pedagógicos, en otros casos, no se detalla esa información.
2. Curso organizado a partir de videos explicativos pero que cuentan con un encuentro presencial, aquí se detalla quiénes son los responsables. Es

20 [edX](https://www.edx.org/), es una plataforma iniciada por Harvard y el MIT, con participación de GeorgeTown, Wesley, Berkeley, otras universidades y empresas como IBM, Microsoft y el World Bank Group.

el caso del Curso de Elaboración de Vinos que tiene un acuerdo con la Universidad Popular de Colonia Caroya.

Se respetan algunas líneas de las políticas de accesibilidad, por ejemplo todos los videos explicativos que se han analizado se transcriben en la parte derecha de la pantalla. Estas líneas son desarrolladas directamente por edX y están especificadas en la plataforma.

El Campus Virtual también brinda otra serie de Cursos en línea y abiertos: UNCórdobaX, desde la plataforma: universidades edX para negocios <https://www.edx.org/es/course/>.²¹

Los MOOC del Campus Virtual están diseñados por expertos en las temáticas propuestas. Pueden ser cursados en forma gratuita, si se requiere el certificado -y acceder a las autoevaluaciones de cada módulo- se deberán pagar u\$s 50. Se publicita la verificación de los certificados -como estándar de calidad de la formación- aunque el aval de esta certificación sea otorgado por la misma plataforma edX para negocios.

Se detallan los beneficios de pagar por el curso y obtener el certificado verificado, apelando a la necesidad de los usuarios de mejorar sus perspectivas de empleo y avanzar en sus carreras.

Los cursos desarrollados en esta plataforma son de posgrado o de formación profesional. Al 4 de junio los cursos en esta plataforma son los siguientes:

1. Introducción a las ondas gravitacionales
2. Introducción a la gravedad cuántica de lazos
3. Introducción a la siembra directa
4. Introducción a los ritmos y relojes biológicos
5. Dinosaurios de la Patagonia
6. Historia económica argentina

Analizando el Campus Virtual desde la perspectiva de las innovaciones educativas

La innovación supone una transformación, un cambio cualitativo y significativo respecto a la situación inicial que dio origen al proyecto. El cambio con mejora implica una situación inicial original y otra, distinta, que será el resultado de la innovación.

Para, Patricia Carrillo Ochoa (2017) y Bárbara de Benito (2008), la innovación es un proceso o procedimiento nuevo dentro de las instituciones que se da en forma intencionada y no rutinaria, dirigido a producir beneficios y cuyos resultados son reconocidos como

21 En el espacio de edX para negocios se encuentra disponible la oferta educativa en formato MOOC de las universidades, asociaciones y empresas que forman parte del mencionado conglomerado.

tales. Desde esta perspectiva, se puede decir que la innovación es evaluada por los resultados obtenidos. Son ellos los que permiten afirmar si se está en presencia o no de una innovación y finalmente de un cambio. Cuando esto no sucede, estamos ante intentos por implementar simplemente novedades, que no producen mejoras en el entorno.

Por otro lado INTEF (Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado, del Ministerio de Educación y Formación Profesional de España) señala que el poder disruptivo de los MOOC reside, no solo en poner a disposición de los usuarios -en formato abierto- un contenido determinado, sino que a ello debe sumarse un plan con actividades de aprendizaje cumplibles en un plazo determinado, que facilite la interacción entre los participantes y la producción de evidencias de aprendizaje.

Entre los principales inconvenientes de los MOOC analizados, se evidencian una metodología basada en el conductismo donde no se propician ni el aprendizaje cooperativo ni el colaborativo. Es necesario que los mismos incorporen metodologías pedagógicas más ligadas a procesos de construcción social del conocimiento, estrategias didácticas centradas en los grupos humanos y no tanto en los contenidos, así como también en las posibilidades de aplicación del conocimiento adquirido.

Las evaluaciones de los aprendizajes son prácticamente inexistentes, es imposible pensar que una evaluación de calidad esté conformada por un par de preguntas cuyas respuestas sólo pueden adquirir la forma de Verdadero o Falso.

Conclusiones

Es posible inferir que aunque los MOOC constituyen un punto de inflexión, todavía se encuentran en un momento experimental que intentan, por un lado, dar respuesta a las políticas educativas y empresariales vinculadas a la educación superior. También a los nuevos roles que la educación superior debe ocupar, donde algunos de los debates pasan por el uso de las tecnologías en los procesos de enseñanza y aprendizaje, la democratización del acceso al conocimiento y las vinculaciones entre la educación formal con la no formal. Se podrían mirar a las posibilidades de acceso gratuito a los MOOC desde una óptica vinculada a la justicia social - ya que se observa una apertura de la UNC hacia la web, vehiculizando posibilidades de formación gratuita con el prestigio de una institución universitaria- pero quedan varios interrogantes por responder ¿cualquier vecino de a pie puede formarse a través de la universidad popular virtual? ¿qué nivel de recorridos educativos previos debe tener? con cuáles conocimientos y dispositivos

tecnológicos deben contar?

Considerando los aportes conceptuales estudiados respecto del concepto de la innovación, se concluye en que no están dadas todas las condiciones para afirmar que la incorporación de los MOOC, conformen una innovación educativa. Es perentorio analizar las demandas que promueven la selección de las temáticas que se abordan, los requerimientos educativos de los públicos a los cuales se dirigen las propuestas, además de los formatos tecno-pedagógicos y de las políticas de conocimiento abierto a la que la UNC debe responder. La innovación educativa debe ser un proceso que tenga sentido para los actores, en un determinado contexto y frente a una problemática identificada.

Bibliografía

- Acevedo E. (2010). La formación humana integral: una aproximación entre las humanidades y la ciencia, Disponible en: <http://www.campus-oei.org/cts/elsa1.htm>.
- Albornoz M. (2012). *Usos y Abusos del término Innovación. Contextos y usos de la Innovación social*. España: Editorial Universidad del País Vasco.
- Alberione, E., Armando, V. Cuello, S., Ramello, H. (2018) Clase 1: Un acercamiento al campo. Formación de tutores en modalidad a distancia. Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC)
- Benito Crosetti, B. y Salinas Ibañez, J. (2008) Los entornos tecnológicos en la Universidad. *Pixel-Bit: Revista de medios y educación*, N° 32 págs. 83-100
- Cano García, M., Fernández Ferrer, M y Crescenzi, L (2015) Cursos en Línea Masivos y Abiertos: 20 expertos delimitan el estado de la cuestión. *RELATEC* Vol 14(2)
- Echevarría, Javier (2017). *El arte de innovar. Naturalezas, lenguajes, sociedades*. Madrid: Plaza y Valdés Editores.
- _____ (2008). El Manual de Oslo y la innovación social. *Arbor*, 184(732), 609-618 recuperado el 28-06-2019 desde: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2008.i732.210>
- Kreimer, P. (2003). La utilidad social de la ciencia. *Revista Ciencia, Docencia, Tecnología*, núm. 26.
- Ortega Cuenca, G. y otros (2007) Modelo de innovación educativa. Un marco para la formación y el desarrollo de una cultura de la innovación. *RIED* v. 11 (1), págs. 135-156
- Sabulsky, G. (2015) Clase 2: Diseño didáctico de la evaluación con TIC. Módulo: Evaluación y Calidad. Maestría en Procesos Educativos Mediados por Tecnologías. Córdoba: Centro de Estudios Avanzados. UNC.
- Valdivia Pinto, R. y Castillo Ochoa, P (2017) Un recurso didáctico basado en el uso de un sistema de preguntas abiertas soportado por tecnología. *EDUTECH* N° 62, págs.

83-93

Página oficial Universidad Nacional de Córdoba (2019) *Universidad Popular Virtual “La Reforma”* recuperado el 28-06-2019 desde: <https://www.unc.edu.ar/campus-virtual/universidad-popular-virtual-la-reforma>

Página oficial Universidad Nacional de Córdoba (2019) *Cursos de la Universidad Popular Virtual “La Reforma”* recuperado el 28-06-2019 desde: <https://edx.campusvirtual.unc.edu.ar/courses/>

Página oficial Universidad Nacional de Córdoba (2019) *Cursos en línea abiertos* recuperado el 28-06-2019 desde: <https://www.edx.org/es/school/uncordobax>

Página oficial Universidad Nacional de Córdoba (2019) *Programa Universidades Populares*, recuperado el 28-06-2019 desde

<https://www.unc.edu.ar/sites/default/files/Programa-Universidades-Populares.pdf>

Página oficial Ministerio de Educación y Formación Profesional de España- Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (2013) *El tsunami de los MOOC*, recuperado el 28-06-2019 desde: <https://intef.es/Noticias/el-tsunami-de-los-mooc>

<https://youtu.be/6-F9L9avcwo>

EXPLORACIÓN DE LA OFERTA

EDUCATIVA UNIVERSITARIA SOBRE

COMUNICACIÓN DIGITAL INSTITUCIONAL.

Avances descriptivos de la situación en carreras de grado y posgrado en Argentina

Egidis, Dionisio

FCC – UNC / degidos@gmail.com

Cárcar, María Fernanda

FCA - UNC / mfcarcar@gmail.com

Ferrara, Bruno

FCC – UNC / brunoferrara7@gmail.com

Ducart, Exequiel

FCC – UNC / exequielducart@gmail.com

Palabras claves: oferta educativa; comunicación digital; instituciones, descripción

A manera de contextualización

Esta investigación, que forma parte del proyecto aprobado por Secyt para los años 2018-2021, busca conocer las relaciones entre los programas de asignaturas de carreras de grado y de posgrado que abordan la comunicación digital en instituciones/organizaciones, respecto a los ejes temáticos y desarrollos teóricos de cada uno. El ámbito de estudio abarca inicialmente 46 dependencias universitarias integrantes de REDCOM (Red de Carreras de Comunicación Social) y FADECCOS (Federación Argentina de carreras de Comunicación Social) de Argentina, en la actualidad.

Nuestro campo objeto de estudio es el de la oferta de enseñanza de la Comunicación Digital Institucional en el contexto académico de grado y de posgrado universitario nacional. Dicho campo –desde la perspectiva de Bourdieu (1991)- podría entenderse como un espacio de lucha por definir lo legítimo en la producción/transmisión de conocimientos y en la forma de hacerlo. A nivel institucional, la Comunicación Digital se configura hoy en un elemento imprescindible para la construcción de confianza a partir de la gestión de la identidad, la imagen y el conocimiento de las organizaciones (Egidis, et al, 2015; 2017). A nivel social, el vertiginoso devenir del desarrollo y evolución de tecnologías digitales de comunicación se manifiesta en la magnitud del uso de las mismas por parte de la población.

Por todo ello, a nivel académico se requiere de nuevos posicionamientos teóricos y metodológicos a la hora de su abordaje general y en comunicación institucional en particular.

En función de darle continuidad al tratamiento de la temática de los tres proyectos de investigación anteriores (Tipo A) financiados por Secyt-UNC (2012-2013; 2014-2015; 2016-2017) en los que hemos abordado las distintas dimensiones de la comunicación institucional digital (prácticas de uso de redes sociales digitales en organizaciones educativas locales y abordajes teórico-metodológicos de su investigación en el contexto académico de nuestro medio) es que nos ha parecido importante incursionar ahora en el estudio de la oferta educativa superior –a nivel de grado y posgrado- y completar de este modo los pilares de la formación, investigación y prácticas profesionales en torno a nuestro objeto de estudio.

Con esta ponencia nuestra intención es mostrar una primera instancia o etapa de estudio descriptivo que nos facilitará el camino para luego poder responder nuestros interrogantes de investigación y dar cuenta de nuestros objetivos e hipótesis.

Sobre el proyecto de investigación en desarrollo

Nuestro objetivo general es conocer las características de los programas de asignaturas de carreras de grado y de posgrado de las dependencias universitarias -integrantes del corpus objeto de estudio- que abordan la comunicación digital en instituciones/organizaciones, respecto a los ejes temáticos y desarrollos teóricos de cada uno y la relación que se presenta entre ellos.

Como modo de guiar la investigación, nos planteamos las siguientes hipótesis:

1. Los programas de las asignaturas de las carreras de grado que incluyen la temática de la comunicación digital en instituciones/organizaciones presentan carencias o ausencias en su abordaje.
2. Los programas de las asignaturas de las carreras de posgrado dan respuesta a las carencias o ausencias de los programas de las asignaturas de las carreras de grado cuyos contenidos incluyen la temática de la comunicación digital en instituciones/organizaciones.

Las unidades de observación que integran el universo (o población) de estudio son los programas de asignaturas de carreras de grado y posgrado de las dependencias universitarias pertenecientes a REDCOM y FADECCOS que incluyen en sus contenidos a la Comunicación Digital en organizaciones o instituciones.

Se utiliza principalmente –pero no exclusivamente- la perspectiva cualitativa.

Se realiza una primera etapa de trabajo de relevamiento de datos cuantitativos a través de la aplicación de la técnica de revisión documental. En ella se están analizando contenidos de las denominaciones de las asignaturas y comenzando a reconocer los ejes temáticos en los programas. De esta etapa extraemos algunos resultados preliminares que aparecen como datos en la ponencia.

Luego del reconocimiento temático en dichos programas, en una segunda etapa se realizará un análisis de contenido cualitativo a partir de cuyos datos se facilitará el reconocimiento del desarrollo teórico de los programas y el establecimiento de tipologías de los mismos.

Con esos insumos, se estará en condiciones de llevar a cabo el análisis comparativo de los programas de ambos niveles de enseñanza para, finalmente, reconocer el grado de continuidad en el campo de conocimiento entre dichos niveles.

Antecedentes

En el XVII Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de Argentina, realizado en la UNC en 2015, las Dras. Echevarría,

Viada y Pereyra expusieron su estudio sobre la Comunicación digital en la formación de comunicadores. Dicho trabajo –que nos sirve como antecedente- tuvo como objetivo poner en discusión una propuesta sobre el lugar de la comunicación digital en el nuevo plan de estudios de la Escuela de Ciencias de la Información de la UNC.

Por su parte, el trabajo de Perlado y Saavedra (eds.): “Los estudios universitarios especializados en comunicación en España” se presenta como otro antecedente de investigación afín a nuestro tema. Si bien ese estudio hizo foco en el profesional abocado a la dirección de comunicación, el paralelismo que puede establecerse con nuestra investigación, es que se analizó el panorama de la enseñanza universitaria de grado y la oferta de posgrado sobre un aspecto formativo en particular.

Las conclusiones de dicho trabajo revelaron que para consolidar profesionales competentes para el tipo de rol que se estaba analizando, aún faltaba bastante. Existía poca oferta de grado que era compensada con una oferta mayor de posgrado (véase una de nuestras hipótesis ya que coincide con este resultado aunque nos referimos a otro tipo de formación en relación al comunicador institucional). Al igual que nosotros, ese estudio apostó a servir de orientación a las instituciones académicas, aportando a la conexión entre la Academia y las demandas reales de las organizaciones.

Algunos datos y resultados preliminares

Durante el proceso de análisis de un corpus de programas de asignaturas de las carreras de grado y posgrado de universidades miembros de REDCOM y FADECCOS, realizamos un primer acercamiento de tipo cuantitativo y general. A partir de él podemos decir que a nivel de carreras de grado y desde un reconocimiento por tipo de facultad, encontramos más carreras con materias vinculadas a la comunicación digital institucional en facultades de Ciencias Sociales. Contrariamente, es muy distinto este dato en las carreras de posgrado, en las que observamos que la mayoría de las carreras con programas y materias vinculados a la comunicación digital institucional, pertenecen a facultades de Ciencias Económicas.

Asimismo, la mayoría de las carreras de grado cuenta con asignaturas que incluyen en su denominación los conceptos de comunicación digital, institucional u organizacional.

La mayor parte de esas materias hacen referencia específicamente a “comunicación institucional”, “comunicación organizacional” o ambas. Muy por debajo pero en segundo lugar, se encuentran las asignaturas que incluyen a la comunicación institucional u organizacional

en relación a otras áreas de desempeño profesional.

Hay una escasa diferencia superior de universidades con posgrados con asignaturas afines respecto a las que no cuentan con ellas.

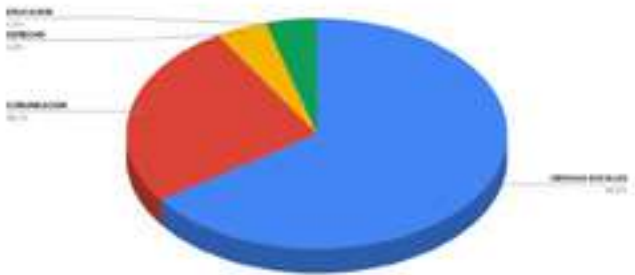
Más de la mitad de las carreras de posgrado con asignaturas afines corresponde a las maestrías. Le siguen las especializaciones y con mucha menor frecuencia los doctorados.

Entre las asignaturas de especializaciones y maestrías de carreras de posgrado de Ciencias Económicas en su denominación aparecen con más frecuencia los conceptos de “gestión”, “marketing”, “organizaciones/organizacional”. En cambio en las carreras con orientaciones en sociales, las palabras que más aparecen son “gestión”, “comunicación” y “estratégicas”.

Presentación en cuadros y/o gráficos

Grado

1. Distribución de carreras con asignaturas afines según el tipo de Facultades de enseñanza de ciencias sociales.



Las licenciaturas se concentran en un 91% en los tipos de facultades en Ciencias Sociales y en Comunicación.

2. Carreras de grado con o sin asignaturas en cuya denominación se incluye la temática de la comunicación digital/institucional/organizacional (Afines).

La mayoría de las carreras de grado cuenta con asignaturas que incluyen en su denominación los conceptos de comunicación digital, institucional u organizacional.

3. Asignaturas afines según su denominación.

En su denominación aparecen "comunicación institucional", "comunicación organizacional" o ambas.	21	64 %
En su denominación se incluye a la com. institucional u organizacional pero siempre en relación a otras temáticas (por ej. "prema", "publicidad", "planificación", etc.)	6	18 %
En su denominación aparece "comunicación digital"	3	9 %
En su denominación no aparecen mencionadas la com. institucional, organizacional ni digital, pero por su nombre cabe suponer que las incluyen (por ej. "Com. Estratégica")	3	9 %
Totales	33	100 %
Con asignaturas afines	30	72 %
En asignaturas afines	11	28 %
Totales	41	100 %

La mayor parte de esas materias hacen referencia específicamente a “comunicación institucional”, “comunicación organizacional” o ambas. Muy por debajo pero en segundo lugar, se encuentran las asignaturas que incluyen a la comunicación institucional u organizacional en relación a otras áreas de desempeño profesional.

Posgrado

1. Existencia de carreras de posgrado con asignaturas afines en universidades nacionales adheridas a REDCOM y FADECCOS.

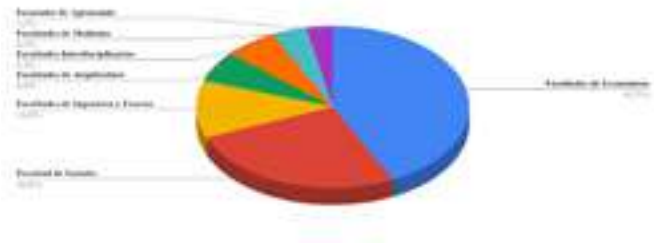
Universidades con Posgrados con asignaturas afines (1)	24	55 %
Universidades sin Posgrados con asignaturas afines (2)	20	45 %
Totales	44	100 %

(1) UBA, UNER, UNCOM, UNC, UNGS, UNLP, UNLZ, UNQ, UNR, UNT, UNCUIYO, UNM, UNSJ, UNSL, U. PONT. CAT. ARG, UNRN, UNFLORES, UNLITORAL, U AUSTRAL, UN CONC URUG.

(2) UNAVELL., UNJU, UNLMAT., U. PAT.AUST., U. PAT. S.J.BOSCO, UNLR, UNMORENO, UNAS, UNSDE, UNLPAMPA, U. MADRES PZA. MAYO, U.CAT. SDE., U. DEL NORDESTE, U. DE BELGRANO, U. CS. EMP. Y SOC.

Hay una escasa diferencia superior de universidades con posgrados con asignaturas afines respecto a las que no cuentan con ellas.

2. Distribución de carreras con asignaturas afines según el tipo de Facultades.



Encontramos más carreras relacionadas a la comunicación institucional y a la comunicación digital en las facultades de Ciencias Económicas (42,7%), siguen las facultades orientadas a Ciencias Sociales (26%).

3. Tipología de los posgrados ofrecidos con asignaturas afines.

Doctorados	5	12,5 %
Maestrías	24	60 %
Especializaciones	10	25 %
Cursos	1	2,5 %
Totales	40	100 %

Más de la mitad de las carreras de posgrado con asignaturas afines corresponde a las maestrías. Le siguen las especializaciones y con mucha menor frecuencia los doctorados.

Bibliografía

- Bourdieu, P. (1985): Razones Prácticas. Ed. Anagrama.
- Bourdieu, P. (1991): El sentido práctico. Ed. Taurus.
- Egidos, D. et al (2015): Redes sociales digitales en contextos institucionales, en Revista CIENTIFICOM – EL CACTUS: Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba. AÑO 4. N° 4. Pág. 110 a 119. ISSN: 2314-1581.
- Egidos, D. et Al (2017): Proyecto “Interacción y comunidades virtuales en el campo de la comunicación institucional: los usos comunicativos de redes sociales digitales por parte de los públicos-usuarios de organizaciones medianas en Córdoba, Argentina, en la actualidad” en ANUARIO DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (2015-2016). Fabiana Martínez [et al.] – 1era. ed. – 426. 124-136. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- Egidos, D. y Páez, L. (2000): “Comunicación en instituciones y organizaciones: una aproximación teórico-analítica a su diversidad conceptual”. Revista Latina de Com. Social- Tenerife. España. N° 35 – Diciembre.
- Perlado, M. y Saavedra, M. (eds.) (2017): Los estudios

universitarios especializados en comunicación en España. Un análisis desde la perspectiva profesional de la dirección de comunicación (2014-2015). Edit. UOC. Barcelona.

Viada, M. et al (2015): Comunicación digital en la formación de comunicadores, en XVII Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de Argentina “La Institucionalización de los debates, estudios e incidencia social del campo de la comunicación”. Córdoba: UNC http://www.redcom2015.eci.unc.edu.ar/files/REDCOM/EJE1/redcom_-_1_-_26%20sf_Viada,%20Pereyra,%20Echevarria.pdf

CULTURA VISUAL Y PATRIMONIO

CULTURAL-NATURAL DE SAN JUAN, ARGENTINA

Gálvez Robles, Mabel Ruth

UNSJ / ruthgalvez.unsj@gmail.com

Palabras claves: fotografía; rescate patrimonial; hábitat; comunicación

Introducción

En el marco del Plan Mejora y ante las necesidades de integración de contenidos curriculares en sus dimensiones sociales, culturales y educativas, surge la inquietud de reinterpretar en imágenes el valor patrimonial y cultural explorando un área protegida, dentro de la provincia de San Juan..

Esta práctica excursión/taller se tituló: “Aula a Cielo Abierto”, aplicada en el Departamento de Jáchal, la Ciénaga a 200 km de la ciudad capital, con el propósito de buscar información, sitios de homenaje, textos e imágenes que representan la protección, el cuidado del Medio Ambiente, para su posterior comunicación y toma de conciencia por parte de la comunidad. Estas funciones revelan el rol protagónico y participativo en la producción de piezas visuales propuestas por los alumnos.

Marco teórico: cultura visual

El corpus teórico estuvo sustentado por Martín-Barbero, con su análisis de la Cultura (2010), los Jóvenes, la Comunicación y la Identidad (2002), el Lugar de la Mirada y los Nuevos modos de construir el conocimiento en el mundo digital (2014-2015); han

permitido integrar conocimientos y proponer teorías: *Y que se hacen más claramente visibles entre los más jóvenes: en sus empatías cognitivas y expresivas con las tecnologías, y en los nuevos modos de percibir el espacio y el tiempo, la velocidad y la lentitud, lo lejano y lo cercano.* En consonancia con Barbero (2002. Número 0.P.1.) *en la empatía de los jóvenes con la cultura tecnológica, que va de la información absorbida por el adolescente en su relación con la televisión a la facilidad para entrar y manejarse en la complejidad de las redes informáticas, lo que está en juego es una nueva sensibilidad hecha de una doble complicidad cognitiva y expresiva: es en sus relatos e imágenes, en sus sonoridades, fragmentaciones y velocidades que ellos encuentran su idioma y su ritmo.*

Mitchell, W.T.J, (2012) considerará que la Cultura Visual es un conjunto de hipótesis *“que necesitan ser examinadas, ya que la visión actual es una construcción cultural, que se aprende y cultiva; y que por lo tanto tendría una historia vinculada en algunos modos que aún deberemos determinar a la historia del arte, de las tecnologías, de los medios, y a las prácticas sociales de exhibición y muestra, y a los modos de ser espectadores; y que está profundamente involucrada con las sociedades humanas, con la ética y la política, con la estética y la epistemología del ver y del ser visto.* Mitchell (2002, p.166) *y si existe un momento determinante en el concepto de cultura visual (...) éste habría de ser localizado en el instante en el que el ya viejo concepto de construcción social se convierte en sí mismo en el eje central de este campo. Todos estamos familiarizados con este momento crucial en el que revelamos (...) que la visión y las imágenes visuales (...) constituyen construcciones simbólicas, (...) un sistema de códigos que interpone un velo ideológico entre el mundo real y nosotros.*

Los estudios visuales de Dussel/Gutiérrez (2006), Mirzoeff (1999), Schwartz y Przyblyski (2004), proponen *un campo interdisciplinario que, en vez de tratar a las imágenes como símbolos iconográficos, las trata como acontecimientos (...) en la que operan los sujetos y que a su vez condicionan su libertad de acción* Mirzoeff (2005, p.11). Todo esto porque la escuela ha dejado de ser el único lugar de legitimación del saber, pues hay una multiplicidad de saberes que circulan por otros canales y no le piden permiso a la escuela para expandirse socialmente. Esta diversificación y difusión del saber, por fuera de la escuela, es uno de los retos más fuertes que el mundo de la comunicación le plantea al sistema educativo. Y sin embargo lo que nuestras sociedades están reclamando al sistema educativo es que sea capaz de formar *ciudadanos* y que lo haga con visión de futuro, esto es para el mundo del trabajo. Lo que implica abrir la escuela a la multiplicidad de escrituras, de lenguajes y saberes en los que se producen las decisiones. Hace ya un tiempo que el Pictorial Turn, en palabras de WJT. Mitchell- va sustituyendo el giro lingüístico en el análisis

de la significación de las imágenes visuales en la escena cultural.

Malosetti Costa, L (2009.P.159) en *Algunas reflexiones sobre el lugar de las imágenes en el ámbito escolar*, dice: *¿Preservar su memoria o, por el contrario, contribuir a destruirlas tanto simbólicamente como físicamente? ¿Es posible re-significarlas? ¿Pueden ser utilizadas como punto de partida para una reflexión crítica sobre aquello que ponen en escena?.* Pues sí, las imágenes significan y se pueden re-significar.

En este sentido, Inés Dussel (2006. P280-281) destaca que: *la imagen no es un artefacto puramente visual, puramente icónico, ni un fenómeno físico, sino que es la práctica social material que produce una cierta imagen y que la inscribe en un marco social particular (...) a todos los otros géneros que podamos considerar visuales, siempre involucran a otros sentidos, pero sobre todo involucran a creadores y receptores, productores y consumidores, y ponen en juego una serie de saberes y disposiciones que exceden en mucho a la imagen en cuestión, porque provee géneros, modos, texturas, espesor, y hasta sonidos, aporta significativamente a la imaginación que tenemos de la sociedad y de la naturaleza.*

Nicholas Mirzoeff en su libro *Introducción a la Cultura Visual*, intenta acercarse a la descripción y la utilidad de la Cultura Visual en la sociedad moderna, y al mismo tiempo establecer un concepto general para la definición de la cultura visual y defiende la cultura visual como la relación entre el espectador y la imagen a la que mira: *Ver no es creer, sino interpretar. Las imágenes visuales tienen éxito o fracasan en la medida en las que podemos interpretarlas satisfactoriamente.*

Patrimonio cultural y natural

La palabra patrimonio proviene del prefijo en latín *Pater* o *Patris*, que significa origen-principio y del sufijo *Monium* que denota pertenencia hacia algo o alguien. Es decir patrimonio es aquello perteneciente por derecho a un origen; por extensión en el derecho romano se indican *los bienes* que el hijo tiene heredados de su pater o padre; mientras que la palabra cultura, tiene su origen remoto en la palabra latina *Coleres* que tenía un sentido amplio y que derivó en agricultura o cultura que significa aquel trabajo que hace producir a la tierra. En un sentido antropológico, cultura es el conjunto de bienes materiales, símbolos, valores, actitudes, conocimientos, formas de organización y comunicación, que hacen posible la vida de una sociedad, le permiten transformarse y reproducirse de una generación a la siguiente.

Problema

Desconocimiento por parte de los alumnos del *Patrimonio Cultural* que está conformado por todas las creaciones humanas y tienen un valor desde un punto de vista histórico, artístico y científico, que se constituye en una herencia recibida de nuestros antepasados y que estamos

en el deber de preservar para las generaciones futuras. Asimismo siendo el *Patrimonio Natural* el tema tratado y más importante en la *Convención para la protección de los bienes culturales en caso de conflicto armado* llevado a cabo en la Haya en 1954, y luego fue reafirmado por la UNESCO, desde que instituyó en 1972 la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural.

Metodología

La propuesta trascendió lo meramente individual y subjetivo para adquirir un valor social a partir de la conformación de equipos de trabajo multi e interdisciplinarios tanto de alumnos como de docentes. La conformación de escenarios y espacios alternativos, permitieron ampliar posibilidades de elaboración y recreación en el arte, la ciencia y la cultura. La modalidad del trabajo grupal colabora para el *Aprendizaje Significativo* y actualiza a quienes participan de una particular forma dinámica de comprender el quehacer educativo con fines tanto pedagógicos como culturales y de inclusión social.

Objetivo general

El objetivo fue elaborar propuestas de intervención en la resolución de conflictos ambientales que afectan a la conservación del patrimonio natural, a través del reconocimiento del patrimonio cultural visual, su puesta en valor y su posterior comunicación.

Objetivos específicos de la excursión/taller

- *Ampliar los contenidos conceptuales del alumno a partir de un de aprendizaje significativo.
- *Fortalecer y difundir la cultura natural a los alumnos, en el campo de las ciencias naturales y sociales.
- *Identificar su propio contexto sociocultural e histórico en la reserva: La Ciénaga.
- *Rescatar fotográficamente la reserva natural y sus atributos.

Conclusiones

El aporte teórico trabajado fue positivo y las conclusiones a las que arribaron los alumnos fueron diversas:

- Se generó un enfoque teórico/metodológico desde donde pensar y abordar el campo de las prácticas y los estudios sobre comunicación ambiental.
- Se consideró a la sostenibilidad social y cultural, como punto fundamental que debe garantizar el desarrollo sostenible para aumentar el control de los individuos sobre sus vidas.
- La cultura y los valores de las personas, deben mantenerse y reforzarse a partir de la identidad de las comunidades y la sostenibilidad en la cultura visual.
- La importancia de la intervención comunitaria, a

partir del registro fotográfico y su posterior difusión para colaborar con la comunidad en riesgo, por ejemplo: el Derecho fundamental al Agua, recurso escaso en la Ciénaga.

Bibliografía

- CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA PROVINCIA DE SAN JUAN. Leyes: N° 6.801, y su modificatoria 7.911.
- DUSSEL, Inés y GUTIERREZ Daniela (Compiladoras) (2006) *Educación la Mirada. Políticas y Pedagogías de la Imagen*. Ed. Manantial. S.R.L.Flacso.OSDE.
- DUSSEL, Inés: “Escuela y cultura de la imagen: los nuevos desafíos”. Clase 28. Sitio: FLACSO Virtual. Curso: Educación, Imágenes y Medios 2013. Cohorte 9: citando a MITCHELL, W.T.J., “Showing seeing”, *Journal of Visual Culture* (2002), Vol. 1, n. 2, pp. 165-181.
- MALOSSETTI COSTA, Laura (2009). Algunas reflexiones sobre el lugar de las imágenes en el ámbito escolar.
- DUSSEL, Inés y GUTIERREZ Daniela (Compiladoras): *Educación la Mirada. Políticas y Pedagogías de la Imagen*. Ed. Manantial. S.R.L.Flacso.OSDE.2006. Pág 155.
- MARTIN-BARBERO, Jesús (2002) *Jóvenes, comunicación e identidad*. *Pensar Iberoamérica*. Revista de Cultura de la OEI No. 0, 2002, disponible en: [Consulta: 15 de Julio 2012]. <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>
- MARTÍN- BARBERO, Jesús: Nuevos modos de construir conocimiento en el mundo digital. Entrevista. Celebración de los 10 años de Las Otras Voces, Comunicación para la Democracia, Jesús Martín Barbero fue entrevistado por Silvia Bacher y Washington Uranga. Publicada el 27 de Mayo 2015. [Consulta: 13 de Noviembre 2015].
- MIRZOEFF, Nicholas (1999) Una introducción a la cultura visual. Buenos Aires, Paidós.
- MIRZOEFF, Nicholas (2005). *Watching Babylon. The War in Irak and Global Visual Culture*. New York & London, Routledge.
- SECRETARÍA DE AMBIENTE Y DESARROLLO SUSTENTABLE. SUBSECRETARÍA DE CONSERVACIÓN Y ÁREAS PROTEGIDAS.(2015). Gobierno de la provincia de San Juan.
- TORRES, William F. & MARTÍN-BARBERO, Jesús (2013) en el *Coraje de Vivir a la Interperie*. Conversaciones sobre Comunicación, Escuela y Guerra. Editorial Universidad Surcolombiana.

¿ES POSIBLE INCLUIR EL PERIODISMO

INDÍGENA EN LA FORMACIÓN

ACADÉMICA UNIVERSITARIA?

García Luna, Ana Laura

USAL / algaluna@usal.edu.ar

Arri, Francisco Hernando

USAL / farri@usal.edu.ar

Palabras claves: educación; inclusión; pueblos originarios; periodistas; interculturalidad

En este artículo proponemos un diseño curricular transversal como estrategia de inclusión del periodismo indígena en las carreras de Periodismo, teniendo en cuenta que la cuestión de los pueblos originarios ha tomado una importancia trascendental en las sociedades latinoamericanas.

En muchos casos, esta visibilidad temática en el espacio público se ha debido a las nuevas formas de construcción de esas realidades por parte de los medios masivos de comunicación social. Es por ello que consideramos que la formación de un periodista o comunicador integral debe abarcar necesariamente la cuestión indígena.

La inclusión de este tema en las cajas curriculares impacta positivamente, desde varios sentidos al estudiante, a la organización educativa, a los procesos de enseñanza y de aprendizaje y claro está, a la sociedad toda, al permitir una mirada más profunda, holística e integradora de los diferentes procesos sociales y la construcción de identidades, subjetividades y alteridades desde una perspectiva no hegemónica y pluralista.

Para la investigadora Gema Tabares Merino (2012: 91-92)

(...) el periodismo indígena funciona como una especie de caja negra que está construyéndose en un proceso de proyecto alternativo de reconocimiento y reconstrucción de las minorías indígenas. Así, el hecho de generar espacios públicos virtuales, de conectar agentes y hacer que éstos interaccionen, de hacer visibles temas vinculados con la vida de los pueblos y nacionalidades

indígenas, puede convertirse en una red de cajas negras, dependientes unas de otras para un adecuado funcionamiento individual y en conjunto.

El escenario del periodismo indígena aparece en el contexto de la complejidad y las problemáticas (no siempre resueltas) de las sociedades latinoamericanas, en donde emerge la interculturalidad como una alternativa a los mensajes producidos por las tradiciones homogeneizantes y marcaron la literal exclusión de las sociedades indígenas en la construcción de las sociedades autodefinidas como nacionales. En este contexto, ahora la interculturalidad como alternativa a ese mestizaje uniformizador impregna las propuestas de las organizaciones indígenas en relación, sobre todo aunque no exclusivamente, con la educación. (López, 2001: 2).

Desde esta perspectiva, entonces, es necesario desarrollar nuevas formas de colaboración intercultural “a partir del reconocimiento y la valoración de las diferencias para la producción de conocimientos y del mundo en el que hacemos nuestras vidas, así como para organizar los procesos de aprendizaje” (Mato, 2016).

Una mirada a la educación

Desde hace más de tres décadas, y a través de distintas perspectivas, se habla en el campo de la educación de la “interculturalidad”, “pluriculturalidad” e inclusión. Si bien, necesariamente, estos tres términos no son sinónimos (y no es la intención discutirlos en estas líneas) son el emergente de una necesidad cada vez más profunda, que visibiliza tensiones, problemas y nuevos desafíos. Este es el caso de la cuestión indígena, largamente debatida en ámbitos académicos educativos, comunicacionales y comunitarios.

El artículo 15 de la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, establecido, en 2007, sostiene que “Los pueblos indígenas tienen derecho a que la dignidad y diversidad de sus culturas, tradiciones, historias y aspiraciones queden debidamente reflejadas en la educación y la información pública”.

En este sentido, varios países latinoamericanos han recogido el guante e incorporaron a su sistema educativo formal otras visiones y experiencias del mundo o bien crearon instituciones y organismos que den cuenta de estas instancias.

Así en la Argentina, por ejemplo se han creado centros de investigación y formación para el tratamiento de la cuestión indígena (como en la provincia del Chaco), varias universidades conforman la red ESIAL (Red Interuniversitaria Educación Superior y Pueblos Indígenas de América Latina).

Otras experiencias en el continente muestran la creación

de tres universidades indígenas comunitarias en Bolivia, y la generación, en México, de una política a largo plazo tanto de fomento de universidades interculturales y la inclusión de estas temáticas en casas de estudio ya existentes.

Tal como afirma Daniel Mato (2016) es preciso entonces

(...) reconocer la existencia e importancia de diferencias en las visiones de mundo, intereses y proyectos de futuro, al igual que de relaciones de poder. Esto demanda establecer y sostener diálogos y relaciones interculturales de valoración y colaboración mutuas, que sean de doble vía. Diálogos y formas de colaboración honestos y respetuosos, que partan de reconocer que hay diversidad de modos de producción de conocimientos y de modalidades de aprendizaje.

De hecho, muchas legislaciones nacionales reconocen la importancia de la educación intercultural y le otorgan a la cuestión indígena la relevancia que merece. Así, la Ley de Educación Nacional de Argentina, sancionada en 2006, la Ley de Educación 070 del estado Plurinacional de Bolivia y otros marcos normativos en el continente enmarcan la necesidad del conocimiento de las culturas indígenas y la comprensión de la diversidad cultural como un atributo positivo por desarrollar en el sistema de la educación formal.

De todos modos, un relevamiento exploratorio de los textos legales que rigen los sistemas educativos en Latinoamérica, demuestra que el estado de la cuestión es complejo y que es prácticamente imposible referir de manera unívoca a la temática indígena. Esto respondería, principalmente debido a “la relación histórica que algunos grupos de indígenas latinoamericanos han mantenido con el Estado y la sociedad dominante.” (Espinoza, 2010: 58).

Las experiencias desarrolladas en las últimas décadas y la adecuación de los marcos normativos nacionales son un claro indicador emergente de la necesidad de dar cuenta de la necesidad de la interculturalidad en los procesos educativos.

Desde esta perspectiva,

Interculturalizar la educación superior es transformarla de monocultural a pluricultural,

es decir, hacer que sus beneficiarios o destinatarios participen de un currículo común que valore y respete la diversidad cultural de forma equitativa, que contemple planes de estudios cuyos componentes culturales, científicos o lingüísticos sean la expresión de las distintas culturas –indígenas y no indígenas– del país (Mendoza Orellana, 2010: 243).

Entonces, la interculturalización de la Educación Superior implica repensar el diseño de los planes de estudio y volver a debatir cuestiones vinculadas a las maneras de aprender y enseñar desde las diferencias.

Con esta premisa, propondremos algunas herramientas que permitan incorporar la cuestión indígena a las carreras de periodismo en general y a los ejes o áreas de conocimiento en particular que componen las respectivas cajas curriculares.

Hacia el periodismo indígena

Si el periodismo es un “método de interpretación sucesiva de la realidad social” (Gomis, 1991: 12) entendemos que los medios son mediadores entre una realidad global y las audiencias: “los medios no sólo transmiten, sino que preparan, elaboran y presentan una realidad. El periodismo interpreta la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla” (Gomis, 1991: 31).

Para el comunicólogo norteamericano Denis Mc Quail, “los medios de comunicación desempeñan funciones sociales esenciales, sobre todo en relación con la política democrática; los medios debieran aceptar la obligación de cumplir esas funciones, cuidando su independencia y comportándose más que como propiedad privada, como servicio público”. (1991: 156-157).

Desde esta perspectiva, resulta fundamental incorporar la cuestión indígena a la formación académica de los futuros profesionales dado que el periodismo tiene como función social proporcionar al ciudadano las herramientas necesarias para la interpretación del mundo que lo rodea.

En este sentido, varios autores reconocen la necesidad de una mayor especialización ya que no basta con que algo esté publicado para que sea de conocimiento común, sino que “es necesario suscitar el interés por aquello que se publica” (Fernández del Moral, 2004: 31).

Durante muchos años, la formación académica tradicional era de tipo generalista, sin embargo, la complejidad de la sociedad de la información requiere

una preparación especializada para que los periodistas puedan convertirse en auténticos catalizadores de las nuevas preocupaciones de la sociedad.

Fernández del Moral y Esteve Ramírez (1993: 98) que definen al Periodismo Especializado como

aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad de una determinada área de la actualidad a través de las distintas especialidades del saber; profundiza en sus motivaciones; la coloca en un contexto amplio, que ofrezca una visión global al destinatario, y elabora un mensaje periodístico que acomode el código al nivel propio de la audiencia, atendiendo a sus intereses y necesidades.

En palabras de la investigadora española Mar de Fontcuberta (en Esteve Ramírez, 1999: 12) los textos periodísticos especializados deberían cumplir con los siguientes requisitos:

Coherencia temática: un área de contenido periodístico especializado trata de determinadas parcelas de la realidad y construye, en consecuencia, un temario coherente.
Tratamiento específico de la información que implica: construcción de textos coherentes, fuentes de información específicas, coherencia en el segmento de audiencia al que va dirigida, lo cual implica la adopción de códigos comunes y periodistas especialistas en el campo específico, capaces de sistematizar la información y contextualizarla en un determinado ámbito del discurso periodístico.

Para algunos autores, como Ana María Millares (2001), el periodismo convencional se alejó de la idea de que la información es un recurso fundamental para la vida democrática y por ello, se torna insuficiente hoy en día para fortalecer el papel de la sociedad civil y además revitalizar el sentido de lo público.

En definitiva, “en un contexto de creciente demanda de una nueva democracia, observar a los medios como mediadores habla también de recuperar aquellas conexiones que formaron un sentido de lo público en la modernidad, marcado por la inclusión de nuevos actores en la contingencia de los cambios sociales imperantes. El análisis de la cobertura de los temas indígenas debe apuntar hacia dicho desafío” (Labrín, 2011: 12).

El periodismo indígena como contenido transversal

Desde la perspectiva que venimos desarrollando, proponemos discutir la implementación de la especialidad de la cuestión indígena dentro de las carreras de periodismo entendiendo la importancia de este profesional especializado, que actúe como “mediador entre los pueblos originarios y la sociedad, a fin de que su discurso y luchas estén presentes en la agenda mediática y cobren relevancia en la opinión pública” (Andrada, 2015: 2).

En este marco, podemos reconocer dos niveles de intervención hacia la temática indígena:

La inclusión de la cuestión a través de espacios o seminarios optativos en aquellos planes de estudio que los permitan. La materia electiva es un espacio curricular a partir del cual el estudiante tiene la posibilidad de sumar a su desarrollo académico aquellas temáticas y conocimientos que desee, determinando una orientación o profundización.

Un nivel más profundo que tiene que ver con la consideración de la temática indígena como un contenido transversal.

Este tipo de enfoque “es un recurso y una estrategia planificadora orientada a la plenitud de la comunicación didáctica, pero también metodológico e intrínsecamente motivador, intersticio educativo, base de tejido curricular y sobre todo fundamento de coherencia pedagógica orientada a la apertura, la flexibilidad, la compleción y la complejidad” (De la Herrán, 2005: 245).

Para este autor español esta perspectiva sirve para

Contribuir a la definición de la “profesionalización de los docentes”. b) Cuestionarse sobre los principios de la propia enseñanza. c) Definir nuevos espacios de relación educativa y nuevas finalidades educativas. d) Proyectar un crecimiento en común desde las diferentes áreas de conocimiento en tanto que práctica de la educación universitaria. e) Mejorar el compromiso de la tarea docente. f) Posibilitar la autocrítica y la crítica didáctica compartida con los estudiantes. g) Reflexionar más allá de lo académico, hacia espacios de formación enriquecedores. h) Ganar en coherencia con dónde se está –un centro de educación- y lo que se enseña – intenciones para la formación-, sobre todo si el centro educativo es una carrera docente o psicopedagógica, o si posiblemente algunos alumnos pueden o desean dedicarse a la enseñanza. La transversalidad universitaria tiene como origen y destino la formación para la vida. Por tanto su utilidad (más allá de la mera funcionalidad) es máxima. No ha de asimilarse mal: Ni como yuxtaposición [nuevas

disciplinas] ni como menor nivel académico. Más bien al contrario: Se trata de educar mejor y de ajustarse más a lo que la sociedad pide, a veces no expresamente, de poder desarrollar la educación universitaria, y de ampliar la concepción tradicional de la práctica docente desde los proyectos curriculares o institucionales.

En líneas generales, podemos observar que las carreras de periodismo están organizadas en al menos cuatro grandes áreas temáticas: socio-cultural, humanístico, comunicación social, periodístico, e integración profesional.

El eje socio-cultural tiene que ver con asignaturas de formación generalista del campo específico de las ciencias sociales, que dan cuenta de una manera holística del fenómeno de la comunicación social en general y del periodismo en particular. Entre ellas, encontramos materias vinculadas a la sociología, psicología, artes, economía, estadística, narrativas audiovisuales.

Respecto del eje humanístico, podemos decir que incluye espacios curriculares vinculados a la formación del estudiante en valores: filosofía, ética, derecho a la información.

El eje de comunicación social aglutina a materias que le dan fundamento teórico y epistemológico a la práctica del periodismo como una de las ramas de disciplina madre: espacios vinculados a las teorías y metodologías de la comunicación social, opinión pública, semiótica y lingüística, sociedad cultura y medios.

En tanto que el área periodística está conformada por materias que permiten la generación de competencias y habilidades específicas dentro de la especialización. Algunas asignaturas en cuestión pueden ser: introducción al periodismo, materias vinculadas a la producción de contenidos audiovisuales, a la práctica de los géneros y del diseño periodístico, a la concepción de estrategias de comunicación. Entre ellas también podemos hallar espacios curriculares vinculados a la producción de contenidos *online*, a los medios de comunicación tradicionales (radio, televisión y prensa gráfica).

Por último, el espacio de integración tiene dos objetivos: el primero es académico y busca plasmar el recorrido curricular a través de un trabajo final y el segundo es profesional para vincular a los estudiantes en el campo laboral a partir de la realización de prácticas educativas, pasantías o experiencias similares.

Hacia un modelo de aplicación

Con el objetivo de sistematizar la propuesta, detallaremos dentro de cada área de formación las posibilidades de incorporar la cuestión indígena a las cajas curriculares de manera transversal.

Eje socio-cultural como mencionamos antes, son materias de formación general.

En las materias vinculadas a la sociología y a la psicología social, en donde se abordan temáticas que tienen que ver con género, clase, identidad, movilidad social, consumos culturales. La cuestión indígena también puede abordarse, en estas materias, desde la problemática de lo decolonial y las críticas a los sistemas epistemológicos occidentales y la reivindicación de los saberes, identidades y culturas marginadas por el conocimiento hegemónico.

Otras temáticas de interés para estos espacios curriculares pueden incluir herramientas que sirvan para comprender la realidad de comunidades, colectivos y sujetos que son miembros de los pueblos originarios desde un abordaje psicosocial. Aquí las nociones más importantes tienen que ver con subjetividad, intersubjetividad, sujeto y comunidades en torno a la cuestión indígena.

Desde este enfoque, proponemos generar espacios de reflexión respecto de las maneras de representar las creencias sobre la problemática indígena y el potencial por construir de los estudiantes de esas materias

Eje humanístico está vinculado a la educación en valores. Implica formación para la convivencia democrática, respeto, civismo, tolerancia, paz, igualdad de oportunidades. Son importantes términos como diversidad e inclusión.

En este sentido, Olmo & Hernández (2004) hacen una propuesta para trasladar a las aulas el planteamiento de diversidad en torno a tres puntos o etapas consecutivas

La primera es descubrir la diversidad ya que es importante por las consecuencias que ésta tiene en la convivencia, como material sobre el que se construyen las relaciones humanas: descubrir la diversidad de nuestro entorno significa, identificar diferencias para entablar una posible relación o intercambio. En segundo lugar está el conocer el significado social de las diferencias, que permitirá distinguir cuáles tienen significado social para así profundizar en la relación que existe entre estas, el comportamiento que implican de forma implícita, y las expectativas que a ellas se asocian. En tercer lugar está comprender el valor social de las diferencias, ya que pone de manifiesto que si estas no tienen el mismo significado en unos grupos u otros, es porque se les confiere un valor distinto a la hora de entablar relaciones sociales.

Eje de comunicación social: está vinculado al soporte epistemológico, teórico y metodológico de la disciplina.

En esta instancia, cada uno de los espacios curriculares que componen esta área (teorías de la comunicación, opinión pública, historia de los medios, semiótica) deben hacer hincapié en qué aporte específico le hace la

comunicación a la cuestión indígena.

Al respecto, tal como lo hace Diana Losada (2007) podemos identificar algunos puntos trascendentes:

- Informarse de sus asuntos: necesidades, derechos, actividades, problemas y formas organizativas.
- Comprender cómo funciona la sociedad: qué instancias públicas hay, cuáles son los espacios y formas de participación de la ciudadanía, cómo se responde a sus necesidades, entre otras.
- Establecer vínculos tanto al interior de la comunidad como con las poblaciones vecinas que pueden vivir situaciones semejantes.
- Intercambiar ideas sobre posibles soluciones a las necesidades y abrir espacios para las propuestas colectivas.
- Comunicar los logros que se han conseguido: los avances, las mejoras en las organizaciones de base, la cultura que se recupera, la identidad que se afianza.

Desde la semiótica y la lingüística, un campo de amplio desarrollo en los últimos 20 años se dio en el Análisis Crítico del Discurso (ACD, en adelante), representado en figuras como el investigador holandés Teun van Dijk y el británico Norman Fairclough.

En su propuesta, el ACD “en vez de centrarse en problemas puramente académicos o teóricos, su punto de partida se encuentra en los problemas sociales predominantes, y por ello escoge la perspectiva de quienes más sufren para analizar de forma crítica a quienes poseen el poder, a los responsables, y a los que tienen los medios y la oportunidad de resolver dichos problemas”. (van Dijk, 1986: 4).

Es decir, desde una perspectiva neomarxista, el ACD analiza cómo se legitiman desde el lenguaje las relaciones de poder, dominación, discriminación y control, considerando al discurso como una práctica social compleja y heterogénea que sirve para construir identidades y que es mucho más que el reflejo directo del mundo.

También es importante destacar la función de los medios de comunicación a la hora de reproducir estereotipos. La reflexión sobre la cuestión indígena partiría entonces desde la perspectiva de la teoría de las representaciones sociales, que tiene que ver con un “corpus organizado de conocimiento y una de las actividades psíquicas gracias a los cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambio, liberan los poderes de su imaginación”. (Moscovici, 1979: 17-18).

En línea con las funciones del periodismo, tenemos que tener en cuenta la importancia de las operaciones de selección, jerarquización y tratamiento de los temas vinculados a la cuestión indígena por parte de los medios de comunicación, que juegan un papel fundamental en la construcción de la agenda.

Eje periodístico: tiene que ver con el desarrollo de habilidades y competencias para el trabajo profesional propiamente dicho.

Es preciso, entonces, partir de la premisa de que “alentar la participación es clave para la supervivencia de los medios de comunicación en un mercado competitivo, al tiempo que constituye una oportunidad para trabajar con el público. De este modo el público puede influir activamente en los contenidos, y tener acceso a un dispositivo ya existente por cuyo conducto puede compartir sus puntos de vista” (Rodríguez Díaz & Rodríguez Gómez, s/f).

La tarea periodística debe enmarcarse en la idea de que la comunicación siempre es estratégica e implica necesariamente procesos de transformación social y de cambio. Así, los desafíos de la formación de un comunicador implican necesariamente la responsabilidad de otorgar visibilidad en el espacio mediático de los problemas sociales de los sectores populares (incluidos los aborígenes) que rompa con la agenda hegemónica de los medios de comunicación dominantes.

Es preciso recordar, entonces, que ya avanzando el siglo XXI “la globalización, las tecnologías de la información, el surgimiento de otras culturas juveniles, la ruptura de las fronteras, de los estados-nación, el surgimiento del ciberespacio, han generado nuevos lenguajes y nuevas formas de apreciación de la realidad que nos llaman también a formas creativas de resistencia y de participación en lo público” (Losada, 2007:25).

Desde la práctica periodística e intentando hacer un aporte real y significativo a la comunicación de la cuestión indígena, es importante:

- Investigar los hechos, las comunidades y las culturas.
- Confrontar fuentes y opiniones.
- Consultar fuentes provenientes de diversos sectores sin quedarse únicamente con la versión oficial.
- Garantizar espacio para todos los grupos sociales.
- Relacionar lo que ocurre en las localidades con los niveles nacionales e internacionales y no conformarse con la información tradicional de agencias de prensa y comunicaciones oficiales.
- Indagar por lo que pasa en zonas semejantes en el mundo, sin limitarse a los países o regiones privilegiados por las transnacionales de la información.
- Destacar las acciones de la comunidad más que las de personas aisladas.
- Resaltar los liderazgos naturales, que no necesariamente coinciden con altos cargos y nombramientos.
- Hacer seguimiento a las informaciones y casos que se presenten. encontrar la relación entre lo local y lo global, entre lo extraordinario y lo ordinario, entre los hechos puntuales y los procesos. (Losada, 2007:26).

En este contexto, los alumnos deberían incorporar los formatos periodísticos más funcionales para la cobertura de la cuestión indígena.

Varios autores recomiendan la utilización de estructuras informativas tradicionales en las que se puede potenciar y visibilizar el rol de los pueblos originarios como actores indispensables en la vida democrática de una sociedad.

Desde este punto de vista, las formas más apropiadas son: entrevista, reportaje, crónica y encuesta de opinión.

En el caso de la entrevista permite consultar una pluralidad de fuentes respecto de una temática en igualdad de condiciones, lo que genera un efecto de credibilidad en la comunicación.

El reportaje implica sumergirse en profundidad en un tema a partir de la investigación periodística. Recoge testimonios de primera mano, explora e indaga desde la perspectiva de la descripción objetiva de los hechos.

La crónica, en tanto, se centra en el relato de historias de vida y el detalle pormenorizado de los personajes que la componen: colores, olores, sensaciones, sonidos, texturas, maneras de hablar.

Si lo que se pretende es generar opinión frente a ciertos aspectos poco trabajados por los medios de comunicación, pueden hacerse encuestas a un número reducido de personajes significativos desde el ámbito social y divulgar sus opiniones, o consultar a un público más masivo para identificar, por ejemplo, el conocimiento que tienen respecto de alguna problemática en particular vinculada a los pueblos originarios

Eje de integración: implica la conjunción de los saberes y destrezas aprendidos en el recorrido académico y la vinculación del estudiante con el mundo del trabajo.

Como mencionamos anteriormente, la función social de los medios comunitarios parte “del fomento a la participación de las comunidades en las que se inscribe, de abrir canales para la expresión y circulación de la palabra excluida, de contribuir a la solución de los problemas más sentidos del municipio, de generar procesos de fortalecimiento de las identidades locales, sin perder la capacidad de dialogar con la diferencia” (Losada, 2007).

En este sentido, consideramos que las prácticas educativas son el marco curricular viable para que los estudiantes conozcan y formen parte de los medios comunitarios. Estos espacios que consideran a la comunicación como un derecho humano esencial, no persiguen un fin de lucro y son gestionadas en forma democrática y participativa por grupos de personas agrupados en asociaciones civiles, vecinales, cooperativas, entre otras. También incentivaremos el trabajo en grupo e integrado con algunas organizaciones sociales para la creación de un nuevo medio, sea un periódico comunitario, una emisora comunitaria, o un canal comunitario de televisión.

En este sentido, detallaremos a continuación algunos de

los puntos que el especialista colombiano César Diago Casasbuenas propone tener en cuenta para la formación de este tipo particular de medio de comunicación:

- Contextualizar. El lugar en el que será publicado, el número de personas a las que estará dirigido, la posibilidad de que realmente ese número de personas pueda acceder a él, los recursos con los que va a ser elaborado, el personal que debe comprometerse con su construcción, su publicación y su divulgación

- Organizar. Determinar las actividades y tareas que son necesarias para su elaboración, publicación y divulgación, determinar las personas que se encargarán de ellas, elaborar un cronograma de trabajo y que queden claras las responsabilidades de las que cada uno se ha hecho cargo.

- Crear. Pensar y diseñar el medio, someterlo a discusión y hacer los cambios respectivos hasta que tengamos el esqueleto que nos satisface a todos y que cumple con las exigencias informativas de la comunidad.

- Presentar. Puede lanzarse un número de presentación del medio, en el que la noticia central sea la aparición del mismo, o hacer un evento para aglutinar a la gente y presentar el medio.

Comprometer. Trabajar para que el medio siga existiendo independientemente de quienes lo inventan o lo dirigen es comprometerse de verdad con la elaboración de un medio alternativo de comunicación.²²

Mientras mayor número de medios comunitarios con calidad haya, más puertas se abren a la democratización de la comunicación, y más posibilidades para la comunidad de expresarse, de estar bien informada, de construir en colectivo.

Puesto que el fin de las emisoras comunitarias es generar un ambiente en el que los diferentes grupos sociales estén representados simbólicamente, y en el que sus propuestas sean escuchadas, es muy positivo que éstas proliferen y, por lo tanto, que las organizaciones sociales creen experiencias nuevas.

Reflexiones finales

A partir del relevamiento bibliográfico, el conocimiento contextual de algunas experiencias registradas en Latinoamérica podemos establecer que:

- existen herramientas pedagógicas y didácticas disponibles para la incorporación en la currícula de las carreras de periodismo la cuestión indígena.

- la inclusión de la temática aborígen representa un doble desafío: a nivel institucional, implica la decisión política de incorporar estos contenidos (preferentemente de manera transversal) a los contenidos mínimos de los espacios curriculares. El otro desafío ocurre respecto de los docentes, que deben formarse, sistematizar, incorporar y adecuar sus prácticas pedagógicas al nuevo escenario.

- la propuesta transversal requiere de un trabajo consolidado en equipos multidisciplinarios, en donde cada área del conocimiento específico aporte su mirada

22 Proyecto de Acuerdo “Por el cual se implementan acciones de fortalecimiento a los medios alternativos y comunitarios de comunicación de la ciudad” presentado ante el Concejo de Bogotá (Colombia), 2007.

respecto de la cuestión indígena pero que sea convergente a la vez, con el proyecto educativo.

-el incentivo hacia estas temáticas redundante en múltiples beneficios para el alumno: desde el punto de vista cultural, ampliando su cosmovisión y tomando contacto con múltiples y complejas realidades. Con respecto al desarrollo profesional, la inclusión de la temática de los pueblos originarios permite la apertura del horizonte laboral y la generación de proyectos sustentables que se traducen en trabajo genuino (no sólo en medios de comunicación “tradicionales” sino en otros alternativos y comunitarios).

En definitiva y más allá de la cuestión indígena,

(...) la alternativa correspondiente a la demanda profesional y social no se satisface sólo con propuestas verticales (disciplinares y supradisciplinares), ni siquiera con propuestas de competencias transversales sino, además, dinamizando la Didáctica Universitaria e interesando por ella a profesores y a alumnos. (Herrán, 2005: 245).

Bibliografía

Andrada Damián. (2015). Pachamámicos: hacia un periodismo indígena. Ponencia presentada al XIII Encuentro de Carreras de Comunicación Social de la Argentina, organizado por FADECCOS.

Espinoza Fran. (2010). Pueblos indígenas: Algunos apuntes de su exclusión. Global Affaires.

Gomis Lorenzo. (1990). Teoría del periodismo. Barcelona: Paidós comunicación.

Herrán, A. de la (2005). Formación y Transversalidad Universitarias. Revista Tendencias Pedagógicas (10), Universidad Autónoma de Madrid.

Jaimes Diego. (2014). Gestión de medios comunitarios y populares. Buenos Aires: Publicaciones de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.

Labrin José Miguel (2011). Informe final. Análisis de la cobertura y tratamiento de conflictos indígenas 2010-2011. Instituto de la Comunicación y la Imagen. Santiago de Chile: Universidad de Chile.

López Luis Enrique (2001). La cuestión de la interculturalidad y la educación latinoamericana. Documento de Trabajo del Programa de Formación en Educación Intercultural Bilingüe en los Países Andinos. Universidad Mayor de San Simón. Cochabamba: mimeo.

Losada Diana. (2007). Cuatro elementos de comunicación. Bogotá: Planeta Paz.

Mato Daniel (2016). Educación superior y Pueblos Indígenas y Afrodescendientes. Interpelaciones, avances, problemas y desafíos. Sáenz Peña: Eduntref.

Mc Quail Denis. (1991). Introducción a la teoría de la

comunicación de masas. Barcelona: Paidós Ibérica, Mendoza Orellana Alejandro. (2010): Interculturalidad, identidad indígena y educación superior, en Rey Tristán, Eduardo y Patricia Calvo (comps.), XIV Encuentro de Latinoamericanistas Españoles, Universidad Santiago de Compostela.

Miralles Ana María (2001). Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana, Buenos Aires: Norma.

Moscovici Serge. (1979). El psicoanálisis: su imagen y su público. Buenos Aires: Huemul.

Olmo. M & Hernández, C. (2004) Diversidad cultural y educación: la perspectiva antropológica en el análisis del contexto escolar. Alicante.

Tabares Merino Gema. (2012). Periodismo Indígena^[SEP] La minga de pensamientos y acciones sobre la comunicación indígena. Quito: FLACSO.

Van Dijk Teun. (1986). Racism in the Press: Londres: Arnold.

EXTENSIÓN RURAL, NEOLIBERALISMO Y DESPUÉS

Ghisio, Martín Andrés

CEA - FCS - UNC / martinghisio@gmail.com

Palabras claves: comunicación; extensión; ruralidad; INTA; educación no formal

1. Extensión rural, neoliberalismo y después

Desde su surgimiento, a mediados del siglo XX en América Latina, la extensión rural ha seguido un orden de actuación socio-históricamente creado y por tanto revisable y redefinible, pero con un pasado reconocido históricamente como modalidad de intervención (Cimadevilla, 2003: 104). Este pasado responde a una mirada hegemónica, deudora del difusionismo desarrollista, que tiende a naturalizar la concepción de la extensión tornándola universal e inmodificable. Un significado que ha impregnado las acciones de extensión y sus representaciones hasta el presente. Este significado, se centró durante décadas en los extensionistas, sus programas, proyectos y saberes y en la transmisión de informaciones y transferencia de tecnologías (Huergo, 2004a: 9).

En el contexto de los años noventa, persiste la idea de la extensión rural como transferencia de tecnología

para la modernización de la agricultura, que además, al alcanzar el ideal de modernización, evolucionaría hacia su privatización (Alemany, 2008: 28). Carlos Alemany señala que:

“el debate sobre la extensión rural en los '90, que estuvo hegemonizado por la idea de la privatización de estos servicios públicos, estaba poniendo en tela de juicio la existencia misma de la extensión rural en el actual estado de desarrollo del agronegocio latinoamericano. Desde este punto de vista la privatización de la extensión convencional en realidad significaba la finalización de su ciclo histórico latinoamericano. Para el agronegocio la extensión rural dejaba de ser útil o funcional a sus intereses” (Alemany, 2008: 29).

2. La extensión rural en el contexto del neoliberalismo

La historia latinoamericana muestra como el discurso en torno al desarrollo como proceso único e inevitable, no refiere a una transformación y mejoramiento de la calidad de vida de una sociedad llevado a cabo por sus propios miembros, sino que, por el contrario, “se vinculan a un concreto modelo de relaciones sociales y económicas con presunta validez universal, construido desde la racionalidad económica y la lógica social del sistema hegemónico” (Alemany, 2008: 37).

De este modo, la historia del desarrollo en América Latina se vincula a una construcción mítica, marcada fuertemente por su pretensión de validez universal. A su vez, se fue asentando la idea de que era necesario importar los modelos de afuera para poder salir de la situación de subdesarrollo. Acentuando también, la dependencia económica, política y cultural hacia los “países desarrollados”.

2.1. Extensión rural en la década del noventa

Producto de los cambios promovidos desde el Estado nacional en los años noventa, la tarea de los extensionistas rurales estuvo marcada por el trabajo con aquellos productores rurales considerados “viables”, es decir, aquellos capaces de poder adoptar nuevas tecnologías y continuar con la titularidad de sus tierras. En este sentido, como señala Alemany, “el debate sobre la extensión rural en los noventa en realidad, estaba poniendo en tela de juicio la existencia misma de la extensión rural en el estado de desarrollo del agro negocio latinoamericano” (2008: 29).

El proceso de disminución de la capacidad de intervención de los estados latinoamericanos produjo diversas consecuencias para el sector rural, aunque sin duda, una de las más notorias fue el abandono a los pequeños productores, la mayoría de los cuales se encontraba en

situación de pobreza. Tal como señala Alemany:

“la agricultura todavía no modernizada (...) era un emergente del proceso de “descampesinización” que tarde o temprano se iba a completar en los países latinoamericanos, y por ese motivo, ésta problemática debía ser cada vez más atendida por el componente de “ayuda social” y contención que el Estado necesita impulsar como parte de sus funciones de legitimidad política, pero no integrada a la problemática del crecimiento de la agricultura y el desarrollo rural” (2008: 31).

Es por eso que, la extensión rural quedó relegada a una práctica asistencialista, como una forma de contener a los expulsados, producto de los ajustes del modelo privatista neoliberal.

En este sentido, desde el discurso neoliberal se pensaba que la transformación y modernización de la agricultura estaba concluida, que los procesos de desaparición de productores familiares y campesinos y de la agricultura como “forma de vida”, eran irreversibles. Se planteaba entonces, la desaparición de la extensión rural a través de la privatización. El debate privatizador en torno a la extensión estuvo, de este modo, hegemonizado por las ideas de la desregulación de la economía y la mercantilización del conocimiento irradiadas desde los centros de la economía global junto a organismos como la FAO que, adscribiendo al pensamiento neoliberal, propusieron acciones para mitigar el costo social y ambiental de estas políticas (Alemany, 2008: 34).

En consecuencia, el pensamiento neoliberal elimina de su discurso el concepto de desarrollo (rompiendo la equivalencia entre modernización y desarrollo) desplazándolo por el crecimiento comandado por el mercado (Alemany, 2008: 35- 36). Para el discurso neoliberal, al prescindir del rol del Estado, el desarrollo implica una intervención innecesaria y distorsionante del mismo. Es por eso que, por un lado se reduce la práctica extensionista a un carácter asistencialista para mitigar los efectos de los ajustes estructurales, y por otro, se promueve su reemplazo por una intervención privada que asista a los actores claves del complejo agroalimentario.

3. Algunas consideraciones finales

Reconocíamos cómo, en el contexto del difusionismo desarrollista (como estrategia continental desplegada en América Latina) se fue consolidando una formación hegemónica que estableció la equivalencia entre modernización y desarrollo. Así, en el contexto fundacional del INTA, las condiciones que daban sentido a su misión institucional fueron bajo el estatuto de la inclusión de tecnologías y la transferencia de conocimientos para la modernización del sector rural.

Frente a la hegemonía del discurso desarrollista, desde

el continente latinoamericano surgió la disputa por otros significados posibles de la relación al desarrollo y la extensión rural, centrándose en la participación y el diálogo para la transformación social. El pensamiento de autores como Paulo Freire se desarrolla en relación a los efectos del difusionismo desarrollista en la práctica de extensión rural en Latinoamérica desnaturalizando gran parte de sus significados dominantes para postular una extensión como práctica educativa, ya no para la opresión y persuasión, sino como liberación y transformación para la revolución.

La instauración de las dictaduras latinoamericanas y la consolidación del neoliberalismo como estrategia global en el marco de la creciente transnacionalización de la economía, imposibilitó la consolidación de una formación hegemónica centrada en prácticas participativas y transformadoras. En el contexto del neoliberalismo de la década del noventa, se rompe la tradicional equivalencia entre modernización y desarrollo por la equivalencia entre productivismo y crecimiento económico, como restauración del modelo agro exportador. En consecuencia, bajos los fundamentos de la desregulación de la economía y la mercantilización del conocimiento, se fragmenta la estructura social agraria (caracterizada hasta ese entonces por la convivencia entre pequeños y medianos productores con los grandes terratenientes) y se reestructura según la caracterización que distingue una agricultura “viable” e industrializada frente a una agricultura “no viable” ligada al asistencialismo estatal. La extensión rural, en este marco, pareciera asistir al cierre de su ciclo histórico en Latinoamérica para su privatización y la reducción a la ayuda social.

En este marco, observamos en el INTA la existencia de una formación hegemónica y tradicional anclada en el supuesto productivista que distingue a los productores como “viables/no viables” o “potables/no potables”. Los productores “no viables” o “no potables” son aquellos que se encuentran por fuera de las fronteras de “lo productivo”.

Sin embargo, la práctica institucional del INTA de una continua y sostenida reflexión en relación a sus prácticas de intervención. Una reflexión que tiene lugar en la búsqueda del INTA por resituar la interpelación de sus acciones de intervención en un período de deslegitimación de las instituciones y en el marco del intento de cierre del ciclo histórico de la extensión rural en América Latina.

A su vez, esta práctica derivó en una respuesta institucional de “resistencia” frente a la ofensiva privatizadora. La cohesión institucional interna en respuesta a la “agresión externa” junto con el apoyo externo de una amplia red interinstitucional de actores y sectores posibilitaron la continuidad de la extensión rural frente a la constante promoción de su desaparición y reemplazo.

La propuesta institucional a través de programas de intervención, bajo el concepto de la focalización con el objetivo de la compensación social, permitió al INTA, en contrapartida, reconocer la complejidad de nuevas demandas de diferentes sectores y regiones, ampliando la necesidad de considerar la totalidad de aspectos productivos, económicos, sociales culturales y organizativos, en tensión con la visión transferencista de la extensión rural.

En los últimos años, la extensión rural cobró un renovado impulso como parte de las políticas públicas para el medio rural en muchos países de América Latina y en Argentina en particular (Alemany, 2008). El cambio de contexto social y político habilitó la posibilidad de repensar la práctica extensionista luego de los intentos de su privatización y la posibilidad de su desaparición junto al debilitamiento de las políticas públicas.

En la actualidad, asistimos a un nuevo contexto social, político y económico, donde queda abierto el interrogante en torno al presente y futuro de la extensión rural.

4. Bibliografía

- Alemany, Carlos (2003) “Apuntes para la construcción de los períodos históricos de la extensión rural en el INTA” en Thornton, R. y G. Cimadevilla (edit.), *La extensión rural en debate. Concepciones, retrospectivas, cambios y estrategias para el Mercosur*. Buenos Aires, INTA.
- Alemany, Carlos (2008) “Volvió la extensión y se armó la discusión” en Thornton, R. y G. Cimadevilla (edit.), *Grisas de la extensión, la comunicación y el desarrollo*. Buenos Aires, INTA.
- Alemany, Carlos (2011). “Aportes para el estudio de la dinámica y evolución de la extensión rural en Argentina”, *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios*, N°35, 2do semestre 2011. Buenos Aires. ISSN 1853-399X. En prensa.
- Alemany, Carlos (..) *Neoliberalismo, mercantilización del conocimiento y la extensión rural compensatoria, Texto de cátedra*.
- Beltrán, Luis Ramiro (2005) “La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo” en III Congreso Panamericano de la Comunicación “Integración comercial o diálogo cultural ante el desafío de la sociedad de la información”. Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales (UBA).
- Cimadevilla, Gustavo; A. Cantú; E. Carniglia (1997) *La bocina que habla. Antecedentes y perspectivas de los estudios de comunicación rural*. UNRCuarto.
- Cimadevilla, Gustavo (2003) “La naturaleza no natural de la extensión rural” en Thornton, R. y G. Cimadevilla (edit.). *La extensión rural en debate. Concepciones, retrospectivas, cambios y estrategias para el Mercosur*. Buenos Aires, INTA.
- Díaz Bordenave, Juan (2007) “Sin título” en Seminario Internacional “Comunicación y Desarrollo: Encuentros

en la diversidad”. Buenos Aires, INTA.

Duarte, Marisa (2002) “El consenso de Washington y su correlato en la reforma del Estado en la Argentina: los efectos de la privatización” en AA.VV., Más allá del pensamiento único. Buenos Aires, CLACSO.

Erbetta, Hugo (2008) “Extensión y desarrollo sustentable. La búsqueda de una formación bien puesta” en Thornton, R. y Cimadevilla, G. (edit.), Grises de la extensión, la comunicación y el desarrollo. Buenos Aires, INTA.

Giarraca, Norma (2001) “¿Una nueva ruralidad en América Latina?” Prólogo en Giarraca, N. ¿Una nueva ruralidad en América Latina? Colección grupos de trabajo de CLACSO, Desarrollo Rural. Buenos Aires, CLACSO.

Freire, Paulo (1973) ¿Extensión o Comunicación? La concientización en el medio rural. México, Siglo XXI.

Huergo, Jorge (2001) “Popularización, mediaciones y producción de significados” en AA. VV., Terra Incógnita. A Interface da Ciencia e público. Rio de Janeiro, Casa de Ciencia

Huergo, Jorge (2004a) “Desafíos a la extensión desde la perspectiva cultural” en Dialoguemos. Año 8, número 14. Buenos Aires, INTA, 2004, pp. 9-13.

Huergo, Jorge (2004b) “Comunicación popular y comunitaria: desafíos polícticoculturales” en Nodos de Comunicación/Educación. Año 4, número 4. La Plata, Centro de Comunicación/Educación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP). Disponible en: <http://www.perio.unlp.edu.ar/nodos/>

Huergo, Jorge (2005) Hacia una genealogía de Comunicación/Educación. Rastreo de algunos anclajes político-culturales. La Plata, Ediciones de Periodismo y Comunicación (UNLP).

INTA (1997) Pautas de política institucional sobre Extensión y Transferencia de Tecnologías. Buenos Aires, INTA.

INTA (2005) El INTA que queremos. Plan Estratégico Institucional 2005-2015. Buenos Aires, INTA.

Prieto Castillo, Daniel (2007) “Comunicación para el desarrollo: entre los irrenunciables ideales y los juegos de poder” en Seminario internacional “Comunicación y Desarrollo: Encuentros en la diversidad”. Buenos Aires, INTA.

Sili, Marcelo (2005) La Argentina rural: de la crisis de la modernización agraria a la construcción de un nuevo paradigma de desarrollo de los territorios rurales. Buenos Aires, INTA.

Teubal, Miguel (2001) “Globalización y nueva ruralidad en América Latina” en Giarraca, N. ¿Una nueva ruralidad en América Latina? Colección grupos de trabajo de CLACSO, Desarrollo Rural. Buenos Aires, CLACSO.

Williams, Raymond (1997) Marxismo y literatura. Barcelona, Península.

LA ESPECIFICIDAD DE LOS MATERIALES

DIDÁCTICOS: SU CONTRIBUCIÓN A LA

CONSTRUCCIÓN COLABORATIVA DE

NARRACIONES TRANSMEDIA

González Angeletti, Valeria

CEA - FCC - UNC / valeria.gonzalez@hotmail.com

Palabras claves: comunicación; educación; narrativa transmedia; tecnología; material didáctico

Introducción

En el presente, existe una potente narrativa que se engendra virtualmente a través de los medios. Como nunca en la historia, contamos con la posibilidad de construir, distribuir y consumir narrativas y relatos; a través de múltiples soportes y plataformas virtuales.

Las nuevas herramientas, producen y expanden nuevas formas y maneras de narrar. Y cada historia narrada, posee características propias del soporte que la ha engendrado. Los usuarios saben esto, y no sólo lo consumen; sino que lo generan a diario. Y en este punto, es donde el docente-comunicador debe valerse de este gran impulso cultural, para generar conocimiento y desarrollo de competencias.

La utilización del recurso narrativo transmedial en educación

Si intentásemos definir acabadamente qué es (o qué caracteriza) una narrativa transmedia (NT); estaríamos frente a un problema terminológico que incluye lo semántico, metodológico, filosófico, epistemológico, sociológico, comunicativo, semiótico, antropológico, entre otros. Lo complejo deviene de las particularidades propias del momento histórico sin precedentes que nos enmarca, donde la información se multiplica por diversos canales de transmisión a grandes velocidades. Por consiguiente, diremos que la noción de *Transmedia Storytelling*, surge asociada a los conceptos de “convergencia mediática²³”, “cultura participativa²⁴”

23 “Con «convergencia» me refiero al flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. (Jenkins, 2006, pág. 14)”

24 “El término «cultura participativa» contrasta con nociones más antiguas del espectador mediático pasivo. Más que hablar de productores y consumidores mediáticos como si desempeñasen roles separados, podríamos verlos hoy como participantes que interaccionan conforme a un nuevo conjunto de reglas que ninguno de nosotros comprende del todo. (Jenkins, 2006, pág. 15)”

e “inteligencia colectiva²⁵” desarrollados por Jenkins (2006):

Transmedia storytelling represents a process where integral elements of fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience.²⁶ (Jenkins, 2007)

¿Qué aporta a nuestras prácticas educativas, la narrativa transmedia? ¿Por qué utilizar este recurso? Porque narrando dotamos de sentido al contenido conceptual: hacemos del concepto (el contenido que queremos o necesitamos que nuestros alumnos aprendan), un bien necesario para:

Contar nuevas y entretenidas historias: Contamos historias para entretener, persuadir y explicar. A nuestras mentes no les gustan los hechos aislados, y por eso crean sus propias historias, para dar sentido y conectar eventos dispersos y particulares. Y a los puntos conectados de una forma estimulante los llamamos grandes historias. Grandes historias ganan corazones y mentes (Pratten, 2011).

Relatar a través de diversas plataformas: cada medio aporta su particularidad. Pratten (Ibid.) habla de “océano” sin precedentes de contenidos, productos y oportunidades de ocio; en el que las personas pueden personalizar sus historias.

Generar prácticas memorables: donde nuestros alumnos disfruten de la experiencia de aprender, producir conocimiento y auto gestionar sus procesos.

Desplegar competencias: desarrollar y garantizar diversas competencias culturales, habilidades sociales²⁷ y capacidades, necesarias para una plena participación e inserción colectiva.



Figura 1: Por qué utilizar narrativa transmedia en nuestras prácticas.

25 “La inteligencia colectiva puede verse como una fuente alternativa de poder mediático. Estamos aprendiendo a usar ese poder mediante nuestras interacciones cotidianas en el seno de la cultura de la convergencia. (Jenkins, 2006, pág. 15)”

26 “La narración transmedia representa un proceso donde los elementos integrales de la ficción se dispersan sistemáticamente a través de múltiples canales con el fin de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada” [traducción propia].

27 Ver Jenkins et. al. (s.d.), p. 4 “Las nuevas habilidades sociales.”

La especificidad del material didáctico

Los materiales didácticos (MD) son recursos utilizados por el educador con objetivo pedagógico, mediadores del proceso de enseñanza y aprendizaje. Su utilización se enmarca en una situación comunicativa y contexto determinados, y son utilizados intencionalmente con finalidad instructiva.

La finalidad de este trabajo, fue el desarrollo de un MD capaz de brindar una experiencia creativa, comunicativa e innovadora al receptor. El caso de estudio se encontró fuertemente relacionado al carácter aplicado y práctico del trabajo. Es por ello que se comenzó realizando el análisis de contenido de una muestra representativa -previamente seleccionada del universo disponible en la web-; de herramientas o aplicaciones digitales, y posibles de ser utilizadas como soporte material del producto a realizar. Su finalidad, fue la de poder identificar las principales características, formatos, ventajas y desventajas; presentes en el recorte realizado.

En una segunda etapa, se procedió a elaborar el producto, y su consecuente validación por un grupo de alumnos pertenecientes a nivel medio de la provincia de Córdoba. Ingresar al Material Didáctico elaborado: [“Artabán, el cuarto rey mago”](#)

Así mismo, nos valimos de diversas estrategias para despertar el interés y/o mantener el entusiasmo. Un ejemplo de ello es la Gamificación o *Gamification*, que propone la incorporación de componentes lúdicos tales como: utilización de *avatars*, insignias o medallas, desafíos, etc. Significa también, incentivar una mayor interacción entre los diversos elementos de los procesos educativos-comunicacionales propuestos. La narrativa misma, y la inserción del usuario en su experiencia, es una estrategia más, que transversaliza las propuestas mediadas tecnológicamente: se trata de una propuesta narrativa propia y una construcción narrativa realizada por los jugadores

Conclusiones

El MD digital desarrollado en este trabajo, reúne todas las condiciones para generar procesos de enseñanza, aprendizaje y evaluación; cada vez más autónomos, activos y cooperativos. Así como fue utilizado para generar narrativas transmedia, puede ser adaptado y reutilizado para ser empleado con cualquier otro tema que se crea necesario. Algunas de las conclusiones alcanzadas fueron:

El compendio de aprendizajes adquiridos por los educandos, es de mayor cantidad, diversidad, complejidad y significatividad; y cada uno decide hasta dónde llegar. No hay límites.

La producción escrita de narraciones, implica el desarrollo de capacidades y competencias tales como: comprensión textual, lectura interpretativa y crítica, práctica de técnicas y contenidos propios de una correcta escritura

(gramática, sintaxis, ortografía, estructura textual, tramas, cohesión, coherencia, etc.), trabajo colaborativo e interactivo; autoadministración y gestión del propio aprendizaje, resolución de situaciones problemáticas simples y complejas; entre otros.

Se plantean estrategias metodológicas y comunicacionales novedosas y propias del medio digital, con la finalidad de atraer y motivar al alumno.

A través de diversas herramientas, se potencia significativamente la comunicación de “uno a muchos”, de “muchos a uno” y de “muchos a muchos”. La interactividad constante, es otra característica que identifica a los procesos educativos mediados tecnológicamente y la construcción colaborativa del conocimiento significativo. Es a través de la práctica, producción y el error, que el alumno aprende, progresa y reflexiona sobre el propio proceso. Cambiamos el estudio memorístico o tradicional, por el “saber hacer” o “aprender haciendo” donde, la equivocación es oportunidad de reflexión sobre el sentido mismo de lo que se hace, y tan necesario como el aprendizaje mismo. La tecnología, si se piensa y se utiliza en términos pedagógicos y no meramente instrumentales, brinda múltiples oportunidades en este sentido

Bibliografía

- Area Moreira, M. (s.d.). Los medios de enseñanza: conceptualización y tipología. Documento inédito elaborado para la asignatura de Tecnología Educativa Web de Tecnología Educativa. Universidad La Laguna. Recuperado de: http://www.uclm.es/PROFESORADO/RICARDO/Clasificaciones_medios/doc_ConcepMed.html en junio de 2019.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Editorial Paidós. Recuperado de <https://stbngtrrz.files.wordpress.com/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf> en junio de 2019.
- Jenkins, H. (2007). *Transmedia Storytelling 101*. Recuperado de: http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html en mayo de 2016
- Jenkins, H. et al. (s.d.). *Building the field of Digital Media and Learning*. Recuperado de: <http://www.newmedialiteracies.org/wp-content/uploads/pdfs/NMLWhitePaper.pdf> en enero de 2017.

ABRIENDO SUBJETIVIDADES DOCENTES

LAS LÓGICAS DE PODER EN LA CONSTITUCIÓN DEL/A MAESTRO/A

Hirsch, Lucas Emanuel

DCC - FCH - UNRC / lucashirsch@gmail.com

Palabras claves: capitalismo; maestro/a; discurso; Estado; escuela

A modo introductorio

Con el propósito de indagar, en clave teórica, el modo en que las subjetividades de los/as maestros/as de nivel primaria se configuran, en el marco de sus prácticas docentes, consideramos que necesita ser situada con el fin de delinear algún grado de rigurosidad. En este sentido, ubicamos el problema de las subjetividades en el marco de la institución que cobija su práctica profesional, la escuela. A su vez, reconocemos que dicha institución es constitutiva del Estado. Esta formación política-jurídica, en tanto emergente de la modernidad, está articulada, al menos desde la tradición hegeliana-marxista, al modo de producción capitalista. Es por ello que, para situar nuestro foco de discusión, será necesario comprender algunas características tanto del modo de producción como de la lógica del funcionamiento del Estado, para advertir algunos signos vinculados a cómo se inscribe la institución-escuela en ese complejo proceso.

Partimos de la sospecha de que en estos escenarios formativos, asimétricos e institucionalizados, la subjetividad se configura en un campo de entrecruzamientos y disputas discursivas (políticas, ideológicas, de sentidos) que complejizan el modo de habitar esos territorios. Sin perder de vista esa complejidad, y amparando nuestra mirada en ese marco epistemológico, posamos nuestra atención en un aspecto: la relación subjetividad-poder en el marco de la institucionalidad escuela.

Es pertinente remarcar que esta relación (subjetividad-poder) está atravesada por una profusa discusión teórica que excede los límites de este trabajo. En por ello que asumimos dos perspectivas para realizar una aproximación que, lejos de agotar al objeto, tiene la intención heurística de identificar y explorar alguna dimensión posible del problema para ser pensado y reflexionado. Esa mirada está teñida, principalmente, por los aportes conceptuales de la tradición hegeliana-marxista y de contribuciones que devienen de la biopolítica.

Contextualizando el problema

La categoría subjetividad permite observar la doble y compleja operación que realiza todo sujeto al atravesar, por un lado, los múltiples matices que le presenta la sociedad, su familia, sus experiencias escolares, su cultura; mientras que, por el otro, implica la construcción personal que él realiza de todo esto, a partir de las contradicciones y confrontaciones que atraviesan sus prácticas. Es decir, los sujetos necesitan permanentemente simbolizar, significar aquello que va ocurriendo en sus vidas materiales.

Pero ¿cuáles son esas transformaciones que ocurren, tanto en el orden material como simbólico, en el modo de producción dominante? En particular, podemos sostener que nos ubicamos en un momento ruptura, de cambio de época, de crisis, en el que aún confluyen modelos de producción y sociedades diferentes.

Podemos también coincidir en que este proceso de ruptura, de quiebre histórico, está atravesado por un incesante desarrollo tecnológico que ha configurado nuevas formas de organización del trabajo denominado post-fordismo. Sin embargo, este nuevo modo de producir y consumir aún convive con otros regímenes de acumulación, lo que conforma un mapa heterogéneo en los modos de producción del sistema capitalista. Al decir de Virno (2003), el capitalismo actual conforma una especie de “manchas” que configuran una cartografía compleja y que dan cuenta de que no hay modelo generalizado completamente.

Es por ello que, en este estrecho trabajo y para no borrar las huellas de la historia, hemos realizado un breve repaso de los rasgos centrales del modo de producir que dominaron el capitalismo reglamentado, considerado como un modo anterior al actual. Nos referimos al modelo taylorista-fordista en el marco del proyecto moderno. De manera dialéctica y co-extensiva, nos vimos implicados a indagar sobre la formación política estatal que constituye este momento, con el tipo de institucionalidad y organización escolar que se adjuntan, y las consecuentes configuraciones subjetivas de los/las docentes del nivel primario.

El objetivo de historizar estos procesos se vincula a la necesidad de poder reconocer algunos rasgos centrales, que en su momento histórico fueron hegemónicos en la configuración la subjetividad docente, y que aún hoy perduran como “manchas”, retazos de prácticas y discursos, que complejizan el modo en que estas subjetividades tienen de habitar estas territorialidades.

La escuela moderna y las subjetividades docentes

A partir de lo expresado en el título anterior nos urge responder una serie de interrogantes. Como inquietud principal nos preguntamos ¿qué tipo de sujeto necesitaba ese modo de producción dominante? De esta misma pregunta, se derivan dos interrogantes emergentes: ¿qué tipo de práctica pedagógica se necesitaba para construir ese sujeto? y ¿qué tipo de subjetividad docente se constituía entonces?

Para responder estas inquietudes recurrimos al marco teórico proporcionado por los aportes de la biopolítica. Desde esta perspectiva, podemos decir que el poder biopolítico es un poder virtual y, por lo tanto, desterritorializado, escapa a los límites de un territorio. Es un poder que se ejerce de manera inmanente en el sujeto, administrando, gestionando, maximizando, expandiendo, potenciando, diversificando la vida. En palabras de Foucault (1996) es un poder que en su máxima expresión “hace vivir y deja morir”.

Esa administración de la vida se liga a la lógica de la economía capitalista a partir de definir un sistema de necesidades y deseos. En este punto, la tecnología y la economía capitalista se articulan para gestionar nuestras vidas, nuestras subjetividades. Así, ante una naturaleza humana a-fija la subjetividad queda abierta a una gestión biopolítica. Es decir, no es una entidad situada en los aparatos del Estado, sino que funciona como una red de relaciones virtuales de dominación y resistencia (contrapoder). Las tecnologías del poder impregnan las relaciones intersubjetivas; las gestionan y ejercen su dominación a partir de diferentes tipos de estrategias y prácticas discursivas.

Esta escena nos permite marcar, con trazos gruesos, los discursos e ideas centrales que convergieron en la configuración subjetiva del/a maestro/a en ese momento histórico. El modo de producción taylorista-fordista requería de cuerpos productivos, útiles y dóciles. La escuela sería entonces un dispositivo fundamental para ejercer un poder disciplinario que formara sujetos preparados y dispuestos a este tipo de trabajo. Como todo poder deviene simultáneamente en saber, surgieron discursos teóricos, al interior del aula, enmarcados en una pedagogía tradicional que legitimaba las prácticas e intervenciones docentes sobre la mente y el cuerpo del/a alumno/a, y en una lógica conductista que guiaba el aprendizaje de este.

El metarrelato moderno organizaba el sentido de la existencia sobre los ideales de la razón instrumental y el progreso que, en el discurso educativo, se plasmó en el denominado “optimismo pedagógico” (Gervilla Castillo, 1993). En su núcleo de sentido principal se sostenía una confianza en la educación como motor del ascenso personal y el desarrollo social.

El Estado Benefactor se instituyó como una metainstitución encargada de garantizar determinados derechos sociales. Bajo el paraguas protector de estos derechos se construyó una nueva noción de ciudadanía que permitió no sólo conciliar las disputas de intereses, sino, también, permitir el acceso a amplios sectores sociales a la educación básica y a otros niveles.

En esa demarcación, el sentido con el que el/la maestro/a orientaba sus prácticas y traccionaba la forma en la que se reconocía como sujeto de la enseñanza se bifurcaba en dos: por un lado, desde el poder disciplinario y biopolítico, el sentido de sus prácticas consistía en transformar al alumno en un sujeto dócil y eficiente para el trabajo, principalmente, industrial. Por otro lado, tanto desde el discurso moderno y como del Estado de Bienestar, el sentido estaba puesto en convertir al alumno

en un ciudadano que pudiera ejercer ciertos derechos y cumplir determinadas normas y deberes. Dos lógicas de poder, una trascendente, la otra inmanente, gestionaban el decir, el pensar y el sentir del/a maestro/a.

En ese doble anclaje, la subjetividad del docente estaba completamente sujeta, diluida o negada en su autonomía. Su posición en el dispositivo escolar lo/a convertía en un engranaje que, a modo de polea de transmisión de determinado saber y poder, empujaba la reproducción de la maquinaria capitalista en su división del trabajo y el conocimiento. Ese locus central para el funcionamiento del dispositivo de poder y de control escolar solidificó sus acciones en una simultaneidad de normas y reglamentos que hicieron rígidos sus pensamientos y disciplinadas, sus conductas.

Puede inferirse que esa doble línea de sentido, que delimitaban los bordes de sus prácticas pedagógicas, estructuraban y acumulaban contradicciones tanto objetivas como subjetivas, y, como respuesta a estas contradicciones, el rol docente optó por la salida autoritaria, asentada en un férreo deber hacer, con poco margen para el cuestionamiento y la creatividad. Esto se explica en tanto hay que comprender que al mismo tiempo que estas dos prácticas discursivas se completaban también se contradecían, al menos en algunos puntos. Así, el/a maestro/a tenía que convivir con discursos que sostenían la igualdad (al menos en términos formales) ante la ley, con discursos que fragmentaban y dividían a la masa en lugares sociales desiguales según la posición que le tocara en la división del trabajo y del conocimiento.

El capitalismo desorganizado - La escuela en deconstrucción

La lógica dialéctica del sistema capitalista, en su devenir histórico, abierto y discontinuo, inauguró, en las últimas cuatro décadas, una nueva fase del sistema. Esto implicó profundas transformaciones en las fuerzas productivas y en las relaciones de producción (González, 2015). También se modificaron las dimensiones políticas, culturales y subjetivas que impactaron en la escuela y en sus prácticas escolares. En este sentido, en la actualidad podemos observar a un docente que tiene que convivir con prácticas y discursos aún más contradictorios y complejos que en la modernidad-capitalista. El poder disciplinario tiene que cohabitar con el psicopoder que ejercen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación; prácticas pedagógicas encajadas en la perspectiva tradicional y conductista se intercalan con prácticas orientadas por el paradigma constructivista; discursos del poder político y jurídico exigen a los docentes que formen a sus alumnos/as como ciudadanos/as, al mismo tiempo que los discursos publicitarios impregnan la escuela configurando sujetos consumidores; discursos posmodernos que pugnan por la diversidad se enfrentan, de manera ambigua, a los nuevos saberes biopolíticos como los de la neurociencia que tienden hacia la homogenización y patologización de los alumnos y docentes.

Sospechamos que estas disputas de sentidos sobredeterminan las prácticas de los maestros/as,

manteniendo, igual que en épocas anteriores, escasos márgenes para la autonomía y la exploración subjetiva de las singularidades habilitantes de experiencias docentes creativas y críticas.

Bibliografía

- Foucault, M. (1996). *Genealogía del racismo*. Altamira: La Plata.
- Gervilla Castillo, E. (1993). *Postmodernidad y educación. Valores y cultura de los jóvenes*. Dykinson: Madrid.
- González, C. (2015). *Capitalismo pos-fordista y teorías jurídicas críticas en América Latina, en Inesencialidad de Latinoamérica. Perspectivas Emancipadoras*. Ruatta, A. (comp.). Cántaro de Piedra: Córdoba.
- Virno, P. (2003). *Gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporánea*. Traficantes de Sueños: Madrid.

COMPARTIR COMUNICACIÓN:

TALLER DE RADIO

Díaz, Fernando Raúl

Martínez Mareco

Ramón Alejandro

González, Karina Beatriz

UNaM

189

Palabras claves: Fm Universidad; UNaM transmedia; comunicación social; formación; producción

El proyecto de extensión “Compartir Comunicación” surge a partir de la iniciativa de un grupo de estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones comprometidos socialmente, con la intención de formar un equipo de prácticas, producción, realización, intervención y reflexión. La propuesta apunta a generar encuentros participativos entre estudiantes, profesores, estudiantes de otras carreras, ciudadanos, ubicados en un espacio físico común y concreto; interactuar a partir de la mediación de productos comunicacionales que propicien un momento de reflexión y cambio de perspectiva al ser leídos, escuchados, debatidos como herramientas de aprendizaje hechas en un proceso continuo. Como así generar espacios de prácticas para los estudiantes de

primer año de la carrera, ante la falta de las mismas, como así la realización de talleres de formación que ayuden a desempeñar las prácticas de manera eficiente.

Sus principales metas son:

- Crear espacios de práctica para estudiantes del primer año de la carrera de comunicación Social.
- Generar espacios de encuentro y reflexión que posibiliten compartir experiencias de productores/participantes de diferentes proyectos y actividades culturales.

Y sus objetivos específicos más importantes son:

- Crear espacios concretos de práctica para estudiantes del primer año de la carrera de comunicación Social, tales como ser un espacio radial en Fm Universidad y la edición de un boletín mensual de la carrera, en versión digital y en papel.
- Crear 3 talleres cuatrimestrales correspondientes a las prácticas antes citadas, los cuales serán: Prácticas radiales 1 y 2 y Redacción de Boletín en múltiples plataformas.
- Intervenir el espacio público para hacer reflexionar a través de prácticas artísticas sumados a exposición de productos comunicacionales en múltiples soportes sus soportes (radio abierta, videos, entre otros). Tratando temáticas de relevancia social. La intervención se denominará “COMPARTIR Comunicación” y se hará en conjunto con una exposición de fotografía y pintura llamada “ComunicArte”.

El proyecto cuenta con el aval del Departamento de la carrera de Comunicación Social de esta Unidad Académica y la colaboración de UNaM Transmedia.

¿De qué se tratan las prácticas y los talleres de COMPARTIR COMUNICACIÓN?

Se trata de prácticas radiales, como así también de talleres de formación para aquellos estudiantes que transiten por estos espacios. Los mismos se harán en conjunto con UNaM Transmedia. Y en principio estaban destinadas principalmente a estudiantes del primer año de la carrera de Comunicación Social, pero luego se amplió a todos los años de la carrera.

En cuanto al eje talleres/prácticas el objetivo central es proveer de herramientas teórica-prácticas a estudiantes ingresantes de la carrera de Comunicación social, en lo que respecta al ambiente radial y multimedial, como así también a todos aquellos interesados en participar en los talleres-prácticas. Estas actividades tendrán un registro en cuanto a la respuesta, participación y contenidos desarrollados, que sirvan como indicadores de evaluación.

La idea surgió a partir de la inquietud de estudiantes de la carrera ante la falta de materias prácticas en el primer año de la carrera. El taller se desarrolló de mayo a octubre de 2017, comprendía una instancia teórica (6 encuentros semanales) y una instancia práctica (opcional) en un programa escuela en LRH 301 Fm Universidad. Con réplicas en los años 2018 y 2019 que se encuentra en curso.

Además de la instancia de taller y las prácticas en Fm Universidad hay otros espacios de visitas y trabajos prácticos que involucran a otras radios de la ciudad.

El taller

El taller consta de un total de 6 encuentros teóricos y las prácticas en el programa “Compartir Comunicación”, que hace desde el 2016 se emite los lunes de 14 a 15 horas (aunque varias veces ha cambiado día y horario de emisión por suposición con horarios de cátedra del equipo) por Fm Universidad 98.7 (LRH 301) perteneciente a la Universidad Nacional de Misiones.

Contenido de los encuentros teóricos:

1º encuentro:

- ¿Qué es la comunicación?
- El oficio del comunicador mediador.
- ¿Qué es la radio?

2º encuentro:

- Características de la radio.
- Ventajas y limitaciones.
- El lenguaje radiofónico.
- La palabra.
- La música.
- Efectos sonoros.
- El silencio.

3º encuentro:

- La fábrica de sonidos.
- La respiración, la fonación, la resonancia y la articulación.
- Las cualidades de la voz.
- El timbre.
- El volumen.
- El tono.
- Duración y velocidad.

4º encuentro

- Géneros Radiofónicos
- Los tres grandes géneros de la radiodifusión:
 - a. Dramático
 - b. Género periodístico
 - c. Musical
- La Entrevista

5° encuentro

- Roles y Funciones
- a. Conductor/a - Animador/a
- b. Productor/a
- c. Operador/a
- Guión
- ¿Qué es un guión?
- Programas de radio

6° encuentro

- La orquesta: Los roles en la producción
- Producción
- Coordinación de piso o producción general
- Conducción
- Locución
- Redacción
- Operación técnica
- Musicalización
- Móvil
- Columnista
- Actores y actrices
- Guionista

A partir de lo expuesto, creemos fundamental la creación y existencia de estos proyectos de formación, que agregan valor a nuestras trayectorias académicas y que es una forma de contrarrestar en alguna medida la deserción; ya que ofrece espacios contención, prácticas desde los primeros años de cursada, voluntariados y ciclo de charlas donde se debate sobre la salida laboral de los comunicadores sociales. La propuesta surge en el año 2017 y desde ahí se han beneficiado cientos de estudiantes, no sólo de la carrera de Comunicación Social, sino también de otras carreras de la de la Universidad Nacional de Misiones, los cuales han recibido la correspondiente certificación a su participación.

En la actualidad estudiantes que se han capacitado en nuestros talleres forman parte del equipo del proyecto de Extensión y del programa de radio; y este año también vamos a dictar el taller de radio, en conjunto con el equipo de UNaM Transmedia, en otra unidad académica (Facultad de Arte y Diseño), lo que implica un gran desafío y satisfacción para los que creemos y apostamos a este proyecto colectivo.

La idea es, además de crear prácticas, dar herramientas a los estudiantes que empiezan a desenvolverse en el ámbito profesional de la comunicación. Junto al taller de radio cada año hacemos: otros tres talleres más, voluntariados en dos barrios, el programa de radio, charlas sobre comunicación, un ciclo de charlas para abordar la salida laboral de los comunicadores sociales y constantemente estamos pensando en que podemos mejorar o que otras actividades nos puede servir en nuestro caminar profesional.

Bibliografía

- AA.VV. Magadán, Cecilia (1994) Comp. Bla, bla, bla. La conversación. Bs. As. La Marca
- ABATEDAGA, Nidia (Comp.) (2008) “Comunicación. Epistemología y metodologías para planificar por consensos. 1era Edición, Brujas, Córdoba
- ALFARO MORENO, Rosa María “Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones “Número 18. CALANDRIA
- ANDER EGG, Ezequiel “Introducción a la Planificación” Buenos Aires, Lumen, 2002.
- APEYA GABRIEL/ RELI MARIANA/ RODRIGUEZ ESTEBAN COORD. (2008). “El derecho a tener derecho”. Manual de Derechos Humanos para organizaciones sociales. Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP). Colectivo de Investigación y Acción Jurídica. Galpón Sur.
- ÁREA DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA (comps.) “Construyendo comunidades... Reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria”. La Crujía. Buenos Aires, 2009.
- BARBERO JESÚS MARTIN: De Los Medios a las Mediaciones.
- BERNAL, Silvia. (2009). MANUAL DE CAPACITACIÓN EN RADIO PROYECTO UNESCO — APCOB “Usando las TICs para la promoción de la Cultura Chiquitana”. Santa Cruz, Bolivia.
- CENTRO NUEVA TIERRA (2002) “Barrio Galaxia, manual de comunicación comunitaria”. Buenos Aires. Edición del Programa de recursos de comunicación de organizaciones sociales del Centro Nueva Tierra.
- HUERGO, Jorge (2007) “Interrogantes sobre comunicación popular y comunitaria: desafíos político-culturales actuales” En: Políticas sociales de desarrollo y ciudadanía. Reflexiones desde el sur latinoamericano. Ministerio de Desarrollo Social, Secretaría de Políticas Sociales y Desarrollo Humano.
- MARGULIS, Mario et al (2005) “La cultura de la noche: la vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires.” 1a ed. 3ª reimpr. Editorial Biblos. Buenos Aires.
- MATTA, María Cristina (2009) “comunicación comunitaria en pos de la palabra y la visibilidad social” En: Construyendo comunidades... Reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria. ÁREA DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA (Comps) La Crujía. Buenos Aires.
- UNICEF (2002) “Proponer y Dialogar: guía para el trabajo con jóvenes y adolescentes”. Bs. As.
- RODRÍGUEZ, Laura (2011). Ponele onda. Herramientas para producir radio con jóvenes. Ediciones La Tribu. Buenos Aires, Argentina.

SCHEINES, Graciela (2002) Juegos inocentes, juegos terribles. Bs. As. Eudeba

WINKIN YVES (1984) El telégrafo y la orquesta. En: AA.VV: La nueva comunicación. Barcelona, Kairós.

GRUPOS DE ESTUDIO EN EL INGRESO A LA CARRERA DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Luque, Daniel

FCC – UNC / luquedaniel@hotmail.com

Rodríguez, Claudia

FCC – UNC / claurod57@hotmail.com

Palabras claves: ingresantes; espacios formales; espacios informales

Introducción

Esta presentación es un avance de un proyecto de investigación titulado *Zonas de pasaje en la Licenciatura en Comunicación Social: prácticas de escritura y géneros discursivos en el ingreso y egreso de la carrera. Segunda etapa*. Se trata en este caso de atender a una práctica que desde los últimos tres años viene teniendo una presencia importante en el Ciclo Introductorio de la carrera y se va extendiendo hacia las materias del Ciclo Básico. Nos referimos a los denominados Grupos de Estudio que son gestionados por estudiantes avanzados de las distintas agrupaciones estudiantiles y que tienen el propósito manifiesto de colaborar con los y las ingresantes en las tareas pertinentes al cursado y acreditación de las materias. Aquí acotaremos nuestra mirada a aquellos grupos que acompañan el cursado de Técnica de Estudios y Comprensión de Textos, que se dicta durante los meses de febrero y marzo y que constituye una de las primeras experiencias académica para la mayoría de quienes ingresan

El proyecto marco

En cuanto al proyecto de investigación que sirve de marco general a esta indagación específica, es continuidad de un proyecto anterior (2016-2017)²⁸ y mantiene como objetivo general el análisis de las experiencias y prácticas

de escritura académica de las y los estudiantes en dos momentos de pasaje durante la formación de grado del comunicador social: el ingreso y el egreso.

Las zonas de pasaje estudiadas constituyen un espacio de criticidad ya que, como pudimos observar en el primer estadio de la investigación, suponen profundos procesos de reconfiguración identitaria en los estudiantes al involucrar de manera compleja re-significaciones epistemológicas, emocionales y socioculturales. A su vez estos procesos interpelan a las instituciones y docentes que se ocupan -o no- de la enseñanza de las prácticas de escritura en estas etapas.

Definimos el ingreso como una situación de ruptura o quiebre con prácticas precedentes. Observamos que el y la estudiante-ingresante se encuentra con un nuevo ámbito institucional, nuevos modos de lectura y escritura, de relacionarse, de estudiar y aprender, de los cuales debe apropiarse y que constituyen un pasaje de un espacio -mayoritariamente escuela secundaria, pero también distintos trayectos formativos- a otro, y que es a veces problemático o dificultoso.

El marco teórico con el que trabajamos, en general, considera la escritura académica como un fenómeno sociocultural e histórico, vinculado a la construcción de significados situados y genéricamente relevantes, a la asunción de una identidad social y a la participación en comunidades disciplinares y profesionales. Respecto a la metodología empleada en esta investigación, la fuerza mayor de la tarea viene dada por una perspectiva metodológica cualitativa longitudinal que permite, entre otros factores, investigar procesos de cambio o transición a lo largo del tiempo o examinar cómo los sujetos se adaptan a esos cambios y su impacto en las identidades; recurrimos a técnicas como las entrevistas individuales o focus group con diferentes actores relevantes para la investigación. También la observación y análisis de las producciones escriturales de las y los estudiantes, así como la observación de material documental normativo vinculado a las prácticas de escrituras llevadas adelante por las diferentes cátedras.

Los Grupos de Estudio

Respecto al abordaje que presentamos en este trabajo, se vincula con dos de los objetivos específicos que nos propusimos: por un lado, describir los factores contextuales que intervienen en el proceso de escritura de los géneros académicos elaborados en el ingreso y egreso; por otro, también nos proponemos identificar estrategias que despliegan los estudiantes en sus prácticas de escritura para cumplir con metas académicas.

Hicimos en el inicio de este escrito una caracterización general de los Grupos de Estudio que son objeto de nuestra indagación. Si bien tuvimos acceso al punto de vista positivo de los ingresantes acerca de estos espacios a través de los escritos de valoración personal que hacen al finalizar el cursado de Técnicas de Estudio y Comprensión de Textos, es en las voces de los ayudantes alumnos que gestionan esos grupos desde donde pudimos establecer su dinámica y también su función más completa y profunda. Se trata de una mirada oblicua con la que llegamos a los

28 “Zonas de Pasaje en la Licenciatura en Comunicación Social: hacia la exploración de la escritura de géneros académicos en el ingreso y egreso de la carrera”, periodo 2016 -2017, subsidiado por SECyT UNC.

requerimientos y experiencias de los propios ingresantes La técnica del Focus Group permitió reunir a esos ayudantes alumnos, estudiantes avanzados de la carrera, que tuvieron a cargo algunos de los Grupos de Estudio. Esta acción nos permitió caracterizarlos como espacios adyacentes a las clases áulicas formales del Ciclo Introductorio, gestionados por estudiantes avanzados, que favorecen el desarrollo de competencias para las primeras experiencias de lectura y escritura académica de los ingresantes a la carrera. Se trata de ámbitos informales, con una relativa organización, donde los estudiantes encuentran contención, acompañamiento y vínculos con pares que ayudan no solo a hacer frente a las nuevas propuestas de escritura y lectura, sino también al desarrollo de las capacidades más generales para la inserción en el ámbito académico. Justamente si el espacio áulico de las cátedras es el lugar de un vínculo profesor- alumno regido por criterios de autoridad más o menos rígidos y distantes, con una disposición espacial que confirma este tipo de relación y una masividad obstaculizadora para los requerimientos más personales, estos grupos orientados por pares se constituyen en el ámbito alternativo ideal para acortar distancias, para la personalización y la posibilidad de una horizontalidad relacional. Se crea así una espacialidad informal que complementa, pero que también suele entrar en tensión con los ámbitos más instituidos donde circula la palabra que se pretende legítima.

En el marco de un estudio sobre la autoridad pedagógica en la universidad, entre otros factores, María Laura Pierella (2014:83) analiza las trayectorias estudiantiles y las visiones sobre la autoridad y siguiendo a Sandra Carli, considera al par estudiantil como autoridad en el sentido que ese par aporta a una construcción de identidades colectivas que atenúan las consecuencias de la distancia o ausencia o indiferencia institucional (profesoral) y proveen un soporte frente a la debilidad estratégica de las instituciones como ámbitos cada vez más desacralizados.

Bibliografía

Amaya O. (2005). Lectura y escritura en la universidad: constitución de la identidad. En: Granato, L. (comp.) Actas del II Congreso Internacional de la IADA, CD Rom, La Plata, UNLP, 2005. Disponible en: <http://www.ungs.edu.ar/cienciaydiscurso/wp-content/uploads/2011/11/Lectura-escritura-e-identidad-universitaria-AMAYA-20052.pdf>

Camps, A y Castelló, M. (Coords.) (2013). Monográfico: Escritura académica//Academic Writing. REDU. Revista de Docencia Universitaria, v.11 (1). Disponible en <http://www.red-u.net/redu/index.php/REDU/issue/view/70>:

Cassany, D. (2007): Describir el escribir: cómo se aprende a escribir. Ediciones Paidós Ibérica, Madrid.

Carlino, P. (2005). Escribir, leer y aprender en la universidad. Una introducción a la alfabetización académica, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

..... (2005). "Representaciones de la escritura y formas de enseñarla en universidades de América del Norte" en Revista de

Educación, N° 336, pp 143-168.

..... (2006). *Concepciones y formas de enseñar escritura académica*. Un estudio contrastivo.

Narvaja de Arnoux, E., Di Stéfano, M. y Pereyra, C. (2002) *La lectura y la escritura en la universidad*. Editorial Universitaria de Buenos Aires. Buenos Aires.

Narvaja de Arnoux, E. (dir.) (2009), *Pasajes*. Escuela media-enseñanza superior. Propuestas en torno a la lectura y escritura. Buenos Aires, Ed. Biblos.

Navarro, F. y Revel Chion, A.(2013), *Escribir para aprender*. Disciplinas y escritura en la escuela secundaria, Buenos Aires, PAIDÓS.

Navarro, F., et. al. (2016). "Panorama histórico y contrastivo de los estudios sobre lectura y escritura en educación superior." *Revista Signos*, N° 49.

Natale, L. (coord.) (2012). *En carrera: escritura y lectura de textos académicos*. Universidad General Sarmiento. Los polvorines.

Pierrela, M.P (2014). *La autoridad en la universidad*. Buenos Aires, Paidós.

Zavala, V. (2002). (Des)encuentros con la escritura: escuela y comunidad en los Andes peruanos. Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú. Lima

Zavala, V. (2009). ¿Quién está diciendo eso?: Literacidad académica, identidad y poder en la educación superior, en Kalman, J. y Street, B. (eds.), *Lectura, escritura y matemáticas como prácticas sociales*. *Diálogos con América Latina*. México DF: Siglo XXI.

EDITACIÓN: LA EXPERIENCIA DE EDITAR EN COMUNIDAD SOBRE PERIODISMO EN CÓRDOBA

Massa, Jimena

FCC - UNC / jimenamassa@gmail.com

Velozo, Ana María

FCC - UNC / anivelozo@yahoo.com.ar

Stancato, Candelaria

FCC - UNC / stancatoc@yahoo.com.ar

Lucero, Micaela Fe

FCC - UNC / micaelafe.lucero@gmail.com

Hernández, Paula

FCC - UNC / paulahernandez.cba@gmail.com

Lunad Rocha, María Eugenia

FCC - UNC / eugenialunadrocha@gmail.com

Producción colectiva de conocimiento

Conscientes del cambio de época en materia de producciones y consumos mediáticos, la cátedra Taller de Lenguaje I y Producción Gráfica (cátedra A) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) de la Universidad Nacional de Córdoba propuso - en el marco de la II Bienal de Comunicación y Periodismo que se desarrolló en junio de 2019 en esa unidad académica - realizar una Editatón para incorporar a Wikipedia artículos sobre el periodismo realizado en Córdoba. La maratón de edición colaborativa, desarrollada en conjunto con Wikimedia Argentina, tuvo como objetivo incorporar a la enciclopedia contenidos sobre medios, periodistas y prácticas locales que eran inexistentes en la enciclopedia digital.

A partir de un convenio que la FCC realizó con Wikimedia Argentina, la comunidad educativa recibió una capacitación sobre cómo producir y curar textos para la enciclopedia. Con esas pautas de trabajo, un grupo de 30 estudiantes guiados por diez docentes investigó durante un mes acerca de distintos aspectos del periodismo cordobés. La tarea demandó una detallada pesquisa bibliográfica y de archivo, necesaria para actualizar datos y aportar información desconocida sobre los medios locales. Las características de Wikipedia plantearon un desafío interesante para trabajar con los/as estudiantes de forma colaborativa: en la plataforma no hay propiedad privada ni autoría individual. Esto implicó desde el inicio comprender, como bien lo expresa Dussel, “una reestructuración de lo que entendemos por conocimiento, de las fuentes y los criterios de verdad, y de los sujetos autorizados y reconocidos como productores de conocimiento” (2010: 16).

Se trató, en este sentido, de poner en tensión la organización del saber, jerárquica y centralizada, que todavía es promovida desde la academia, y acercarnos a nuevas lógicas de producción y circulación del conocimiento. Este desafío requería, necesariamente, reorganizar la enseñanza, “pensando en los nuevos rasgos de producción de los saberes, como son la hipertextualidad, la interactividad, la conectividad y la colectividad” (Dussel, 2010: 16).

El primer planteo, hacia el interior de la cátedra y hacia el conjunto de los/as estudiantes, fue insistir en que el conocimiento no es algo que alguien domina por completo e individualmente, sino que su construcción se sostiene en la cultura participativa y en la inteligencia colectiva como posibilidad de combinar conocimientos diversos y altamente creativos.

Dussel explica que este sistema de edición colaborativa que propone Wikipedia, en la que los/as usuarios/as son, al mismo tiempo, potenciales productores y/o curadores de contenido, confía en que en la comunidad siempre

habrá alguien que aporte un conocimiento certero sobre el tema, y otros dispuestos a chequear si su conocimiento es tan certero como se postula. En este sentido, la cuestión del carácter provisorio de las definiciones no es vista como una limitación sino como una ventaja que garantiza, entre otras cosas, la universalización del acceso a los saberes pero, sobre todo, la posibilidad de intervenirlos, multiplicarlos, resignificarlos.

La posibilidad de ampliar o crear artículos que no existían hasta el momento en relación al periodismo de Córdoba implicó, además de un serie de aprendizajes técnicos, comprender desde el inicio las potencialidades de contribuir al enriquecimiento de la *web* para que otros/as puedan beneficiarse del aporte de cada uno/a. Tal como señala Cassany (2012), como internautas o usuarios/as tenemos el compromiso de no solo hacer uso de la información que encontramos en la red 2.0 sino que, en lo posible, debemos “sumar algo”.

Wikipedia: una enciclopedia “libre”

La enciclopedia Wikipedia es el proyecto digital que cuenta con mayor cantidad de colaboradores y, además, es el sexto sitio más consultado a nivel internacional, después de las redes sociales. La edición en español es la segunda más consultada con 579 millones de visitas por mes. No es una producción absoluta ni acabada, porque día a día miles de personas de diversos lugares del mundo incorporan nuevos artículos, imágenes, recursos y fuentes. A través de la Editatón realizada en la FCC, los/as estudiantes se sumaron a los/as miles de colaboradores/as que participan expandiendo los alcances de los proyectos Wikipedia.

Una de las características de Wikipedia es el acceso al conocimiento libre (*free*) y reproducible. En relación con este punto, es necesario hacer una distinción: el contenido libre siempre puede ser modificado y reutilizado, mientras que el contenido abierto no cuenta con tal derecho. En este sentido, el término *free* en inglés no sólo significa “libre”, sino también “gratuito” y “disponible”. La cultura libre que caracteriza a Wikipedia implica un más allá de las licencias.

En la enciclopedia, cualquier persona con acceso a Internet y dominio técnico de la plataforma, puede editar un artículo. Basta con generar un usuario y tener datos con fuentes acreditables para intervenir en un texto. Sin embargo, algunas acciones y tareas de mantenimiento están reservadas para una clase especial de usuarios/as: los/as editores/as y bibliotecarios/as, que están habilitados/as para borrar páginas, ocultar ediciones, bloquear y desbloquear direcciones IP de usuarios anónimos, entre otras tareas.

En ese sentido, en Wikipedia la información es pública y un artículo nunca está cerrado, sino que siempre es abierto

y disponible para próximas ediciones. Es un proyecto que se expande social, cultural y educativamente, y que implica un trabajo voluntario, no rentado, motivado por el hecho de colaborar con esta obra sin fronteras y digitalizar la mayor cantidad de conocimiento para favorecer el acceso de otros/as.

Tal como lo señalan algunos autores, entre ellos Jenkins (2008), la lógica que promueve Wikipedia descansa en la convicción de que el/la usuario/a es previsto como un sujeto activo que puede intervenir desde su hacer en la producción y difusión de nuevos contenidos. Esto es, se promueve una cultura participativa en la que cada miembro puede colaborar enriqueciendo, completando, agregando información a los contenidos existentes o incorporar nuevos saberes que no existan en la plataforma.

El periodismo en Córdoba, un contenido inédito

El tema seleccionado para la Editatón, que englobó una serie de subtemas, fue el periodismo en Córdoba, dado que se había constatado una ausencia de material sobre el asunto en Wikipedia. Además del deseo de visibilizar emprendimientos periodísticos, trayectorias y prácticas mediáticas, el tema resultaba pertinente para cubrir un área de vacancia previamente identificada en la formación de los/as estudiantes: la historia de los medios locales y nacionales.

Antes de la Editatón, solo existía en la plataforma un artículo titulado “Medios de Comunicación de la Ciudad de Córdoba”, que era principalmente una lista de medios, con gran potencial para ser completada, reorganizada y corregida. Además de tener algunos errores según las reglas de Wikipedia, en este artículo había puntos discutibles sobre la breve historia de algunos medios que se ofrecía y era mucha la información clave que podía agregarse.

Por recomendación de las capacitadoras de Wikimedia Argentina, era conveniente enfocar el trabajo en la edición de artículos ya existentes, corrigiendo y agregando datos, más que en la creación de nuevos textos. Así fue que el artículo mencionado sirvió para inspirar gran parte de los contenidos que podían ser creados y/o enriquecidos. Esta posibilidad, además, responde a los principios de la cultura colaborativa, que busca aportar y mejorar algo ya hecho antes de crear algo nuevo.

Entre otros contenidos, los/as estudiantes aportaron información sobre el origen del periodismo gráfico cordobés, con textos específicos sobre los diarios La Voz del Interior y Los Principios; la trayectoria de los Servicios de Radio y Televisión (SRT) de la UNC, el diario Hoy Día Córdoba y un capítulo especial sobre los medios nativos digitales (Enredación, La tinta, Alrevés y El Resaltador). El periodismo cultural de Córdoba y el

periodismo científico local también tienen un capítulo específico. Algunas instituciones claves como el Círculo Sindical de la Prensa (CISPREN) y la propia FFC también tienen su historia accesible en la web.

Los únicos artículos totalmente nuevos fueron los correspondientes a las biografías de tres periodistas mujeres. Pioneras de los medios gráficos como Graciela Pedraza y Ana María Mariani y la fotógrafa Irma Montiel aparecen en la enciclopedia con textos propios, preparados especialmente con la intención de incluir la perspectiva de género en la producción de materiales.

Un taller de edición para estudiantes

La primera etapa de la Editatón consistió en un trabajo de planificación, coordinado por un equipo de docentes y adscriptas, que antes habían recibido una capacitación por parte de las responsables de Wikimedia Argentina en relación a los criterios de redacción, verificación de fuentes y normas de estilo de la enciclopedia. Ese equipo convocó luego a los/as estudiantes interesados en participar de la experiencia y, en conjunto, se seleccionaron los temas y subtemas que podrían ser editados. En ese primer encuentro con estudiantes también se brindaron las premisas de trabajo en relación a la búsqueda y sistematización de la información, la escritura y la elaboración de los primeros borradores.

A partir de la lista inicial de temas, los/as 30 estudiantes se dividieron en una decena de grupos – cada uno con su docente / guía – y comenzó el trabajo de producción. El primer ejercicio fue indagar qué materiales existían ya publicados en relación al tema elegido a los fines de, por un lado, no repetir lo ya dicho en Wikipedia y, por otro, encontrar las referencias bibliográficas que serían soporte de los nuevos textos. La búsqueda se hizo en la propia enciclopedia, en la web en general (repositorios digitales, páginas oficiales, notas periodísticas, etc.) y en bibliotecas, en particular la de la FCC (libros, capítulos de libros, revistas, tesis, etc.). En este punto fue especialmente importante la tarea de identificación de fuentes suficientes, variadas y pertinentes para dotar de relevancia enciclopédica a los artículos a editar.

Posteriormente, se planificó el primer borrador en función de las claves de estilo propias de Wikipedia, que debieron tenerse en cuenta en la escritura de los textos. Los contenidos deben respetar un estilo enciclopédico; sin adjetivaciones ni opiniones. Esto implicó una tarea interesante para la formación de futuros/as periodistas, como la de reconocer y diferenciar la información de la opinión, así como la importancia de sustentar lo escrito en fuentes primarias o secundarias.

El día de la edición, en el taller, el grupo ya contaba con todo el material procesado y solo fue necesario incluir elementos o referencias para efectivizar la publicación,

como los datos de enlaces, citas y fuentes requeridos por la plataforma. La edición final de los textos se realizó en el espacio de taller de la plataforma, y ese mismo día se publicaron *on line* las producciones realizadas.

Resultados de la experiencia: observaciones finales

Tal como señala Jesús Martín Barbero (2000), las organizaciones tienen una tarea ineludible que es la toma de conciencia sobre el carácter estratégico del espacio público de la información. Un espacio que sirva como archivo virtual mundial al alcance de todos y todas, ejercitando la crítica y reinterpretación de la información disponible. Siguiendo esta línea, Wikipedia tiene un rol fundamental y creemos que la Editatón pudo al menos abrir el juego y crear un espacio, desde la universidad pública, para replantear la forma de crear y recrear conocimiento colectivo.

Por otro lado, ejercitar en el hacer permite comprender cómo funciona el sistema de producción de contenidos para luego enseñar a otros/as la importancia de ser usuarios/as activos/as. En ese sentido, la experiencia implicó, también, participar en la construcción de la ciudadanía digital, con todas las dimensiones éticas y políticas que requiere la formación de futuros/as comunicadores/as.

La metodología en la que nos apoyamos para llevar adelante esta experiencia es la de investigación acción participativa, propuesta por Ander Egg, y que hace referencia a “la simultaneidad del proceso de conocer y de intervenir e implica la participación de la misma gente involucrada en el programa de estudio y de acción” (2003: 4). Se trató de habilitar un espacio democrático con la intención de generar nuevas herramientas, pensando a la Web como un recurso público y al potencial de la enciclopedia en la modificabilidad, participación y descentralización de los contenidos.

La Editatón implicó no solo una instancia de formación en relación a los criterios de trabajo con *wikis* sino, sobre todo, el hecho político de construir conocimiento por medio de una tarea genuinamente colaborativa.

Bibliografía

Ander-Egg, E. (2003). *Repensando la Investigación-Acción Participativa*. Colección política, servicios y trabajo social.
 Breton, P., Proulx, S. (2002). *La explosión de la comunicación*. Ediciones Abyla-Yala.
 Cassany, D. (2012) *En línea. Leer y escribir en la red*. Barcelona. Anagrama.
 Castells, M. (2015). *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*. BBVA OpenMind.
 Dussel, I. (2010). *Aprender y enseñar en la cultura digital*. Ed. Santillana. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
 García Canclini, N., Cruces, F., Castro Pozo M. U., (2012). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Madrid. Ariel y Fundación Telefónica.

Jenkins, H. (2008) *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.
 Martín Barbero J. (2000). *Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público*.

ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE DE LA HISTORIA CONTEMPORÁNEA Y RECIENTE

Mengo, Renee Isabel

FCC – UNC / rimm952@gmail.com

Pizarro, Hugo Ignacio

FCC – UNC / pizarro_hugo@hotmail.com

Tenaglia, Pablo Rubén

FCC-UNC / pablotenaglia2001@yahoo.com.ar

Palabras claves: experiencias; pedagogía; didáctica, comunicación; educación

Enseñanza y aprendizaje de la historia contemporánea y reciente

En el año 2018, y en el marco del Centenario de la Reforma Universitaria, hecho que no se puede dejar de citar en cualquier publicación que tenga relación con esta casa de estudios, y que llevó a nuestra universidad y a su estudiantado a ser protagonistas en el mundo entero por propiciar un cambio de vanguardia para aquella época. Cien años después, entre otros aspectos, se considere al “pilar extensionista” como uno de los valores más importantes de la labor universitaria, generando así una retroalimentación continua entre el conocimiento producido por las universidades y el consiguiente cúmulo de aprendizaje social y comunitario que viene en contrapartida en las resultantes de los proyectos y programas de extensión que se tienen para con el entorno próximo. En este aspecto y basado en una idea extensionista la presente publicación compila un conjunto de narraciones donde se describen diferentes experiencias pedagógicas originales tanto desde la enseñanza como desde el aprendizaje de la historia, propiciando ser herramientas didácticas y de comunicación válidas para docentes tanto universitarios como de diferentes niveles educativos de esta rama de las ciencias sociales y humanidades.

El proyecto nace en el marco de las actividades de extensión que viene desarrollando la cátedra de Historia

Social Contemporánea de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, las que buscan que tanto docentes como estudiantes de hoy puedan comprender la realidad social a partir de tener en claro los hechos del pasado. En esta nueva edición se contempló también la narrativa de varios docentes y estudiantes universitarios de Latinoamérica que con la impronta del contexto en que desarrollan sus prácticas dan una mirada más amplia a los lectores. En el caso del proyecto en el cual se encuadra la publicación y al ser llevado a cabo en su mayoría por docentes, adscriptos y ayudantes de una cátedra de historia en el marco de una facultad de comunicación se propició la revalorización de aspectos históricos que, y por la particularidad de esta disciplina van de la mano íntima con la memoria, y transversalizados por la comunicación. A partir de tensiones y acercamientos entre diferentes campos como lo son la “Comunicación y la Historia”, se producen aportes y líneas de investigación que alimentan la construcción de la identidad, a partir del respeto y la reivindicación de la memoria como una construcción colectiva que prioriza en toda circunstancia el contexto y los valores de aspectos importantísimos como la defensa de los “Derechos Humanos” y la construcción de una mejor ciudadanía.

Desde la Historia, con el aporte al estudio del contexto, su tiempo, los actores, y los diferentes cambios y continuidades de los diversos soportes de producción, se intenta propiciar el debate y la reflexión en torno a aportes teóricos y epistemológicos en la construcción de la Memoria. La frontera entre todas estas disciplinas y temáticas, que no siempre están bien demarcadas y que es donde los trabajos de investigación y/o de extensión como en este caso; a partir de sus aportes, deben contribuir a no interpretar la realidad de manera fragmentaria o disociada, es un aspecto a tener en cuenta y más aún en los inicios de este siglo XXI, que con sus cambios continuos y constantes, hacen que se deba readaptar cualquier actividad en todos los ámbitos sociales, donde el educativo, por sus niveles de actuación y por las implicancias que a partir del mismo van a performar las sociedades futuras, debe ser aún mayor.

Estrategias pedagógicas e innovación: Las narrativas de experiencias significativas

Con el paso de cada año, y con la velocidad y versatilidad temporal que caracteriza a nuestra época, los estudiantes del siglo XXI demandan diferentes competencias que los docentes deben estar dispuestos a adquirir. En el caso de la enseñanza de las ciencias sociales y humanidades, y especialmente de la historia, disciplina ligada íntimamente a la memoria, la tarea se debe enmarcar en hacer que esas clases sean más “significativas”, llegando al “ser íntimo” del estudiante, a partir de la realidad misma en la que se vive, por lo que el innovar no pasa a ser una sugerencia en función de la prescripción curricular, sino una verdadera necesidad en función del nuevo paradigma

educativo en el que transitamos y en que esta sociedad hace que debemos repensar.

En este nuevo contexto, el del siglo XXI, además de ser el de las tecnologías de información y comunicación (TIC) con su aplicación como estrategia metodológica de innovación el aula, podemos encontrar otras que sin pensarlo también pueden hacer más potentes y significativas nuestras intervenciones a partir de replicar experiencias valiosas y pasadas. La documentación narrativa de experiencias pedagógicas significativas como estrategia de innovar, en este caso, en lo referido a la enseñanza y aprendizaje de la historia, hace que pensemos en una nueva y original forma de hacer trascender ciertos relatos que de otra manera quedarían en el olvido y entre las paredes de las instituciones educativas. Así y a partir de socializar estas buenas prácticas que pueden ser tenidas en cuenta por otros colegas o estudiantes, se puede llegar a potenciar el campo didáctico y pedagógico de nuestro actuar.

Por ello, y como lo define en otro libro de su autoría la narradora del capítulo segundo “...La enseñanza de la historia sigue presentado cuestiones tan modernas como antiguas que nos afectan como humanidad: las injusticias, las violencias físicas y simbólicas, los patrimonios materiales e inmateriales, la relación con la naturaleza, la igualdad, la exclusión, las oportunidades, la democracia, la diversidad y tantas otras...” (Valdemarca, L. 2016:10,11). Aspecto que hace, que las narrativas que se presentan en el libro, tengan una significación especial en función de las particularidades de esta disciplina de las humanidades, que en esta publicación se entrecruza en una simbiosis constante con el campo de la comunicación. A partir de todos sus textos, el presente libro enmarcado en el proyecto de extensión antes citado y relacionando diferentes disciplinas de las ciencias sociales y humanidades, como los son la historia, la comunicación y por ende la educación, pretende ser un puntapié para incentivar a la narración, documentación, sistematización y socialización de buenas prácticas educativas. En fin, quince relatos que narran pensamientos, vivencias, formas y estrategias de encarar las clases de historia, tanto desde la enseñanza como desde el aprendizaje, siendo y proyectando ser estos escritos, valiosos y potentes herramientas pedagógicas y de comunicación, válidas para poder entender la lógica que encuadra tanto a docentes como estudiantes que investigan y estudian esta disciplina en las puertas del siglo XXI, y que a partir de su circulación y socialización entre pares despierta interrogantes y deja las puertas abiertas a una nueva y original forma de innovar.

Bibliografía

- GONZALEZ, M; VERA DE FLACHS, C. (2018) “Cronología de la Reforma” Editorial Junta Provincial de Historia. Córdoba
- MARRERO URBIN, D. (2015). “Abriendo las puertas de

la historia: Propuesta de -Historia Debate- para un nuevo paradigma didáctico” en Revista Historia & Ensino, v. 21, n. 1, p. Londrina, Brasil pp 57-82

MENGO, R, TENAGLIA, P (2015). “Herramientas de comunicación para la enseñanza de la historia contemporánea. El ejemplo de Twitter en los discursos presidenciales latinoamericanos” Editorial Brujas.: Córdoba. pp. 23

PIZARRO, H; TENAGLIA, P (2018). “1918 -Dieciocho sucesos históricos memorables a cien años de la Reforma” Encuentro Grupo Editor. Córdoba. pp. 23

RAGGIO, S. (2004). “La enseñanza del pasado reciente. Hacer memoria y escribir la historia en el aula”. En Clío y asociados, la historia enseñada, nº 8, pp123-133.

SUAREZ, D. (2005), “La documentación narrativa de experiencias pedagógicas. Una estrategia para la formación de docentes” documento realizado en el marco del proyecto “Estrategias y materiales pedagógicos para la Retención Escolar, coordinado por Argentina a través del Ministerio de Educación Ciencia y Tecnología de la Nación y financiado por la OEA. Buenos Aires.

TENAGLIA, P. (2016). Comp. “Enseñanza y aprendizaje de la historia contemporánea y reciente” Experiencias pedagógicas en nivel secundario y superior”. Editorial Brujas Córdoba.

VALDEMARCA, L. (2016). Coord. “Innovación educativa – En la clase de historia y otras ciencias sociales” Tomo 1 “De resistencias y violencias. Entre la despersonización y el Cordobazo” Editorial Facultad de Filosofía y humanidades. Universidad Nacional de Córdoba. pp.10,11

VERA DE FLACHS, C. (2008). “Reformas y contrarreformas de la Universidad de Córdoba”, en Estudios sobre la universidad latinoamericana: De la colonia al siglo XXI. Tunja: Rudecolombia. Bogotá, Colombia.

LAS INTERFACES COMO

PROTAGONISTAS EN LA

TRANSFORMACIÓN DE LA EDUCACIÓN

Molinari, Elisa Noeli

elisanoeli@gmail.com

Benitez, Rocio Irupé

Rociobenitez968@gmail.com

Palabras claves: aprendizaje; metáfora; interacción; creación; *software*

“El sujeto que se abre al mundo y a los otros inaugura con su gesto la relación dialógica en que se confirma como inquietud y curiosidad, como inconclusión en permanente movimiento de la historia” (Freire; 2014, 9)

Con las nuevas tecnologías y los medios sociales, además de las características propias de la generación Z, con su modo de consumo y atención multipantalla. ¿Dónde queda la escuela en esta nueva forma de comunicarnos? ¿Es posible que se transforme en una distracción las nuevas tecnologías? ¿Los agentes de la educación son flexibles antes estos avatares comunicacionales? Los cambios no son en la misma velocidad en un área y en la otra. Los medios sociales y su interacción con el mundo, va hacia una dirección, y la escuela tiene un tiempo que no coincide con esa otra evolución. Los alumnos están acostumbrados a leer brevemente, en otros formatos no lineales, con atención dirigida en diferentes espacios y actividades. Estas maneras no coinciden en el espacio escolar. Pero en el siguiente trabajo proponemos una lectura en metáforas, en la intervención del Software, y las interfaces que son capaces de recrear el mundo, traspasar esa idea que teníamos en nuestra imaginación y así hacernos sujetos libres en el conocimiento. La incorporación de interfaces que indaguen y ponga a prueba a los alumnos, las metáforas y la interacción del mundo con lo digital.

“La interfaz también puede, ser considerada el lugar donde se produce la interacción, una zona de frontera entre el mundo real y el virtual, o, mejor, un entorno de traducción entre los usuarios, los diseñadores y los artefactos tecnológicos” (Scolari; (2018, 29) Esta metacomunicación, a través de este metamedio como lo es el Software y la computadora encierran relaciones entre máquinas y otros humanos. Un claro ejemplo de ello son las redes sociales que coinciden con la siguiente cita: “Tal vez sea ése el sentido más exacto de la alfabetización: aprender a escribir la propia vida, como autor y como testigo de su historia: biografiarse, existenciarse, historizarse”. (Fiori; 2014, 12) A los que no hemos nacido dentro de esta digitalización nos cuesta trabajo comprender esta exposición que realizan los jóvenes, su propia existencia pasa por un software y una aplicación.

¿Entonces la educación dónde se encuentra? Seguramente afirmemos que gran parte de ella está en la escuela. Un espacio con normas establecidas, espacios compartidos, pero tal vez no con las personas que queremos compartir, tal vez las personas que esperamos para compartir estén de por medio en un espacio digital.

En este trabajo no subestimamos el trabajo de la escuela en

la educación, sobre todo de los jóvenes, sí consideramos que es necesaria la integración de lo digital en la escuela, para resignificarla, para que sea multiplataforma para que sea un ambiente propio y no ajeno. Es por ello que tomamos a Paulo Freire, considerando a la educación como una herramienta transformadora y emancipadora, conceptos que coinciden con las características de las interfaces. Toda interfaz libera, traslada y comunica fuera de una situación física. Es capaz de transformar por segundos el sitio en donde estemos.

No sólo estamos hablando de educación, un ejemplo práctico sería la sala de espera de un consultorio médico, en breve tiempo estaremos mirando el celular, entrando a las redes sociales, conversando con otros, lejos de los que están sentados delante nuestro.

La mayor parte del tiempo estamos interpelados por interfaces, que se transforman en una vía de escape, un acercamiento con los que más queremos e incluso, un espacio para el conocimiento y el aprendizaje. En este último punto es, en donde, consideramos la escuela debe poner foco, en ese espacio de aprendizaje. Tal vez, la estigmatización que tenemos sobre las redes sociales nos impide ver un potencial en una interfaz sociosemiótica dispuesta a charlar con nosotros y nuestros alumnos.

“Los seres humanos comprenden el mundo construyendo en sus mentes modelos operativos de ese mismo mundo. Debido a que no son complementos, estos modelos son más simples que las entidades que representan. En consecuencia, los modelos contienen elementos que se reducen a puras y simples imitaciones de la realidad, elementos que no son modelos operativos del funcionamiento de sus correspondientes en el mundo real, sino solamente procedimientos que simulan su comportamiento” (Johnson – Laird; 1988, 47) Estos modelos de comprensión también sucede en la escuela, y principalmente con los conocimientos. La interacción entre conocimientos, es bastante similar a las interacciones de los componentes de la interfaz. Si podríamos crear una adecuación del conocimiento o de los temas dados en la planificación escolar en esta interacción, en las diferentes capas de una interfaz de usuario y las múltiples lecturas a través de diferentes plataformas, podríamos hablar de una educación integral, liberadora y articulada con una proyección de mundo que va mucho más rápido que la adecuación de la escuela.

Bibliografía

Bourdieu, Pierre (2013) *Capital cultural, escuela y espacio social* Siglo XXI

Foucault Michel (2008) *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Siglo XXI

Freire, Paulo (2014) *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI

Freire, Paulo – Faundez, Antonio (2013) *Por una pedagogía de la pregunta. Crítica a una educación basada en respuestas a preguntas inexistentes*. Siglo XXI

Manovich, Lev (2012) *El software toma el mando*

Scolari, Carlos (2014) *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Gedisa

Scolari, Carlos (2018) *Las leyes de la interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Gedisa

ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS INNOVADORAS CON EL USO DE APLICACIONES MULTIMEDIA

Montenegro, María Emilia

FF y L - UNT / mariaemilia_236@hotmail.com

Godoy, María Magdalena

FF y L - UNT- UNT/ing.magda@gmail.com

Palabras claves: aplicaciones; plataformas; multimediales; aprendizaje; comunicación

Cuando exploramos las posibilidades que nos brindan los nuevos escenarios digitales, advertimos cómo pueden profundizarse los niveles de interacción entre el docente, los alumnos y los contenidos; permitiendo potenciar significativamente los alcances y las perspectivas de los procesos de enseñanza y el aprendizaje, mediados por las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Con la incorporación de herramientas on-line, aplicaciones y plataformas virtuales de uso gratuito; podemos complementar un trayecto de formación presencial para optimizar la comunicación con nuestros estudiantes, implementar tutorías virtuales, intercambiar material digital en diversos formatos: textuales, imágenes y sonidos, compartir auto- evaluaciones; potenciar la interactividad, de modo de generar, producir y compartir conocimiento de una forma compartida y colaborativa.

La integración de recursos digitales y multimediales a la práctica docente, habilita nuevas posibilidades de expresión y creatividad para los alumnos, e invitan a las instituciones educativas a transformarlos en oportunidades de aprendizaje. Planteado entonces el escenario, es aquí donde surgen

algunos interrogantes que proponemos analizar a partir de nuestra ponencia: ¿Qué ventajas supone el uso de herramientas y plataformas multimediales interactivas en la educación? ¿En qué medida pueden adquirirse competencias y habilidades digitales, y generarse procesos que puedan propiciar interacciones múltiples entre los diversos actores involucrados, y con los contenidos curriculares? ¿Cómo podemos promover en estos entornos la construcción de conocimiento y adquisición de nuevas competencias? ¿Cómo podemos transformarnos en óptimos tutores virtuales, que puedan acompañar y guiar cada experiencia de aprendizaje?

La selección de las aplicaciones, herramientas y plataformas, el diseño de estos medios y el momento o fase del proceso educativo en que son propuestos, está muy relacionado con qué deseamos que ocurra en términos de interacciones. Si se toman buenas decisiones, se puede lograr en los alumnos: mayor interés, motivación, desarrollo de capacidades de inteligencia múltiple, creatividad, mayor comunicación y aprendizaje colaborativo, experiencias sensoriales significativas que permitan aprender mediante diversos desafíos.

Es por eso que elegimos, en este caso, analizar las siguientes herramientas y plataformas, basándonos en nuestra experiencia en la cátedra de Producción Multimedia, perteneciente al 3er año de la carrera de Cs. de la Comunicación: Grupos de aprendizaje en Facebook, y la herramienta Google Forms (Google Docs de la suite Google Drive) para el diseño de cuestionarios interactivos.

a)- Grupos de Aprendizaje en Facebook

Los implementamos en nuestra cátedra para:

- Optimizar la comunicación entre docentes y alumnos, y entre alumnos.
- Reforzar las prácticas educativas a través del aprendizaje colaborativo y compartido, a partir de publicaciones de material de apoyo y refuerzo en diferentes formatos: videos, textos, presentaciones, audios, imágenes, infografías.
- Aprovechar la interacción que tiene este espacio con otros servicios de la Web para publicar material didáctico multimedial, audiovisual e interactivo de producción propia, (Video-tutoriales en Youtube, presentaciones interactivas a través de Slideshare, Foros, etc.)
- Compartir auto-evaluaciones a través de cuestionarios interactivos que generamos mediante la herramienta Google Forms (Google Docs- Suite Google Drive)
- Experimentar un espacio alternativo que permite la retroalimentación sincrónica y asincrónica fuera del aula: a través de mensajes privados, comentarios, chat para consultas y tutorías virtuales.
- Poseen una sección “Archivos”, de gran utilidad para los grupos educativos, para organizar el material publicado y además compartir trabajos prácticos y producciones.
- La sección “Eventos” permite generar recordatorios importantes para la comisión o la cátedra: entregas de trabajos, clases especiales de consultas, parciales, recordar eventos institucionales que se organicen en la carrera o en

la facultad, etc. También dentro de esta sección, la opción “Calendario” permite planificar actividades.

- “Chats en grupo” para hacer clases de consultas virtuales previo a un parcial, o disipar dudas generales.

La experiencia es muy satisfactoria y nos otorga la posibilidad de enseñar y aprender en un espacio virtual...y a la vez tan real, como las necesidades personales que pueden tener en un contexto de aprendizaje los participantes de un grupo de estudiantes y profesores.

b) Cuestionarios Interactivos con Google Forms (Herramienta de Google Docs, suite Google Drive)

En el proceso de aprendizaje, el hábito de la auto-evaluación es algo que propicia un aprendizaje consciente, reflexivo, colaborativo, desarrolla la actitud crítica y la toma de decisiones, analizando progresos y dificultades. Los “cuestionarios interactivos” son herramientas y aplicaciones que permiten reforzar experiencias de aprendizaje de una forma entretenida, son dinámicos, de uso sencillo, pueden personalizarse según las necesidades del docente y los estudiantes, favorecen la evaluación continua –procesual-, y la autoevaluación, al finalizar una unidad temática.

Se ajustan al contexto digital de nuestros estudiantes, ya que pueden compartirse por medio de un enlace a través de una comunidad virtual, aplicación de mensajería o correo electrónico. Así, ellos pueden acceder en cualquier tiempo y lugar a esta propuesta, desde una computadora, celular o tablet con conexión. Permiten combinar imágenes, textos, videos, links y generar distintos niveles de interactividad. Podemos hacer una devolución o retroalimentación para aquellas respuestas que resultaron incorrectas, además de la asignación optativa de puntaje.

-Una vez que ingresamos al servicio, surge una nueva opción para configurar el formulario e ir añadiendo las preguntas. Si detenemos el cursor encima de los íconos aparecen las opciones de cada uno. Por defecto aparece un formulario sin título que debemos rellenar, y un ejemplo de pregunta con opciones múltiples. Podemos personalizarlo utilizando diferentes colores, recursos multimedia y de la Web.

-Desde el botón “Vista previa”, podemos ver cómo nos va quedando el formulario y como lo verán nuestros estudiantes. Con respecto a la Configuración del formulario, podemos limitar a una respuesta por usuario, dar opción a que los estudiantes vean un resumen de las respuestas, también podemos activar el formulario como un examen, es decir, decidir publicar la nota o el puntaje que se ha obtenido del examen al enviar el formulario, o no. A cada pregunta podemos asignarle un puntaje. En la devolución podemos activar la opción para que los estudiantes chequeen cuáles fueron las respuestas correctas, las incorrectas, y hacer una devolución en cada caso.

Presentaremos algunas experiencias de cátedra,

analizando el uso de la herramienta para el diseño de una autoevaluación interactiva sobre el uso de un software para producción de presentaciones multimedia. Pretendemos evaluar el aprendizaje de algunas funciones principales, interfaz y distintos niveles de uso del programa. Si bien previo a esta autoevaluación los estudiantes realizaron trabajos prácticos de producción con el software; la idea es sumar a la evaluación procesual la fijación de conocimientos teóricos, manejo de terminología adecuada en relación al programa, reconocimiento de metáforas e íconos de la interfaz, funciones y acciones principales. También analizaremos otros contenidos evaluados mediante la herramienta, como el aprendizaje de una plataforma para producción de Blogs y conceptos sobre Internet.

Conclusión

La adquisición de habilidades TIC en el marco del desarrollo de una propuesta de enseñanza, es de vital importancia; pero en casos específicos, esto resulta esencial, e incluso vital para determinados perfiles profesionales. Desde esta perspectiva, la propuesta en torno a la implementación de nuevas estrategias y recursos didácticos en el ámbito de la cátedra: procura dar respuesta a la búsqueda de prácticas educativas valiosas y distintivas, en tanto las mismas responden a las necesidades de los potenciales profesionales, cuyo escenario laboral se encuentra acuñado por las tecnologías y en plena revolución de la actual sociedad de la información y la comunicación.

Bibliografía

- Brunner, J. (2004). *Educación e Internet. ¿La próxima revolución?* (1ª Ed.) Santiago de Chile. Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Dussel, Ines. (2010). *Aprender y enseñar en la cultura digital*. VII Foro Latinoamericano de Educación. Experiencias y aplicaciones en el aula. Aprender y enseñar con nuevas tecnologías. Buenos Aires. Argentina: Editorial Santillana.
- Orientaciones Pedagógicas. *Plan Nacional Integral de Educación Digital*. 1ED, Ministerio de Educación y Deportes de la Nación, Dirección de Educación Digital y Contenidos Multiplataforma (2016) - Educar S.E. Buenos Aires.
- Ramírez Martinell, A. y Casillas, M. A. (2015). *Tecnología Digital en Educación Superior*. (1ª Ed.). Córdoba. Argentina. Editorial: Brujas.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona. España: Editorial Gedisa.

SENTIDOS Y APROPIACIONES DE LA CÁTEDRA DE PAZ.

Experiencias en colegios públicos, privados,
rurales y urbanos de Boyacá- Colombia
2016-2018

Montes Leguizamón, Johana Isabel

UNLP/ joismontes@gmail.com

Palabras claves: conflicto armado en Colombia; Cátedra de Paz; representaciones sociales; memoria histórica discursiva y disputas.

Hablemos de paz

En Colombia en el año 2015 se decretó de manera obligatoria incorporar la Cátedra de Paz en todos los colegios del país como resultado de la implementación de los acuerdos logrados entre el Gobierno Nacional y la guerrilla de las FARC-EP) en el proceso de paz firmado en La Habana- Cuba.

Una vez que el Gobierno y la guerrilla de las FARC- EP, tras un largo periodo de negociaciones (2012-2016) firmaron un tratado de paz, se dio inicio a un proceso más complejo aún, y es precisamente la implementación de los acuerdos, que deben garantizar el cumplimiento de lo pactado.

En este sentido se reconoció que además del compromiso de las partes firmantes, el rol de las instituciones educativas no se agota en la formulación de propuestas en torno al fin del conflicto, sino que además exige instancias de intervención en las prácticas de enseñanza.

Sin embargo, la cátedra además de estar reglamentada a nivel ministerial y de ser de obligatorio cumplimiento, estuvo atravesada por tensiones y acuerdos en el proceso de implementación, que refiere modos de entender la paz y que determina los contenidos a enseñar en el currículum de cada institución

Más allá de los discursos de enunciación del gobierno y la guerrilla de las FARC- EP a través de los acuerdos firmados, y de las buenas intenciones de la Cátedra, lo que realmente vale la pena preguntarnos es si esas declaraciones de garantía de derechos están siendo apropiadas por educadores y educandos en las aulas para

propiciar su cumplimiento, y generar así nuevos espacios que propendan por la paz en la praxis; pero a la vez es fundamental considerar si la asignatura más allá de ser una materia en el plan de estudios, ha atravesado de forma integral la cultura institucional, transformando las prácticas cotidianas enmarcadas en la desigualdad y la exclusión que priman en el contexto social colombiano y que lamentablemente se han replicado en las instituciones educativas.

La cátedra

A partir de la formulación de los acuerdos logrados en materia de Reforma Agraria Integral, Participación Política, cese al fuego y de hostilidades bilateral y definitivo y la dejación de las armas, solución al problema de drogas ilícitas, e implementación del Sistema Integral de Verdad, Justicia, Reparación, no Repetición; el Estado ha reconocido el rol fundamental que juegan las instituciones educativas en este proceso, en la medida que son ellas las llamadas bien sea a reproducir la lógica naturalizada en torno al conflicto armado en Colombia o a generar nuevos espacios de pensamiento crítico y de debate que permitan asumir lo sucedido, construir y recuperar una memoria histórica discursiva, y así a partir de ese reconocimiento apropiarse y participar de manera colectiva en el cumplimiento de lo pactado.

De este modo el Gobierno Nacional mediante la Ley 1732 de 12 de setiembre de 2014 estableció como obligatoria la Cátedra de Paz en todas las instituciones educativas del país en donde se ofrece educación formal básica y media de carácter oficial y privado, ley que fue reglamentada mediante el Decreto 1038 de 25 de mayo de 2015.

Según el decreto, los contenidos de la Cátedra de Paz deberían estar orientados a abordar temas como: justicia y derechos humanos, uso sostenible de los recursos naturales, protección de riquezas culturales y naturales de la Nación, resolución pacífica de conflictos, prevención del acoso escolar, diversidad y pluralidad, participación política, memoria histórica, dilemas morales, proyectos de impacto social, historia de los acuerdos nacionales e internacionales, proyectos de vida y prevención de riesgos.

Las instituciones educativas debían implementar dos de los ejes temáticos referidos anteriormente al momento de definir los contenidos de la cátedra y adscribir la asignatura bien sea al área de Ciencias Sociales, Historia, Geografía, Constitución Política o Democracia; Ciencias Naturales y educación ambiental o educación ética y en valores humanos.

Estas primeras decisiones institucionales no son producto del azar, sino que responden a miradas políticas que refieren modos de ver el mundo, atravesadas

por cuestiones ideológicas y relaciones de poder que validan discursos desde su propia enunciación hasta su reproducción.

Por lo tanto la definición de contenidos atraviesa institucionalmente por pujas y tensiones entre sus actores sociales, en la medida que son ellos quienes participan en su elección y en el direccionamiento e intencionalidad que les otorga.

Precisamente a partir de esta investigación se busca establecer en qué difieren las miradas de las instituciones en su condición de públicas o privadas, rurales o urbanas en cuanto a los modos de entender la paz y de concebir los acuerdos logrados con el grupo guerrillero.

Esta distinción es fundamental si se tiene presente que el Proceso de paz no tuvo plena aceptación en Colombia, puesto que hay una división notoria manifiesta entre quienes por un lado respaldan los acuerdos en su totalidad, otros tan solo de modo parcial y unos cuantos más que directamente lo rechazan por considerar que se le otorga demasiados beneficios a las FARC – EP.

Es importante referir que la investigación se desarrolla en algunas instituciones educativas de Boyacá- Colombia, que si bien no figura como uno de los departamentos más afectados en materia de conflicto armado según estadísticas nacionales, si se convierte en representativo en la medida que ayuda a desnaturalizar la idea de que el conflicto solo compete a zonas alejadas o rurales del país, que vivieron permanentemente atentados, secuestros, masacres, sino que compete a todos porque más allá de la ubicación geográfica, se encontraban insertos en un contexto complejo que legitimó la violencia avalando modos de exclusión e intolerancia.

Lo anterior precisamente conduce a preguntarnos sobre el papel que ha tenido la educación en el reconocimiento del conflicto, en los modos de contarlos que refieren una mirada del país, que lejos de reducirse a una mera etapa histórica representan un punto de partida para entender lo que representa el proceso de paz logrado con las FARC-EP.

La metodología propuesta se funda en un análisis crítico del discurso que tiene como punto de partida un acercamiento a los Proyectos Educativos institucionales y a los planes de estudio. Para ello se realizaron observaciones de clases y entrevistas en profundidad a educadores y educandos para reconocer puntualmente las representaciones sociales del conflicto armado que atraviesan los contenidos, así como la memoria histórica discursiva que las atraviesa.

Institución Educativa Técnica IET Chicamocha

Si bien el proyecto abordará 5 colegios con diferentes

características, el primer acercamiento realizado fue con la Institución Educativa Técnica IET Chicamocha de Tuta- Boyacá, de carácter público y urbano. De acuerdo con el plan de estudios la institución busca a través de la cátedra fomentar la práctica de la cultura de la paz, la convivencia y la resolución pacífica de conflictos a partir del horizonte institucional y un currículo adecuado con el Proyecto Educativo Institucional (PEI) para la formación de ciudadanía.

Así aparece entonces la categoría de ciudadano, reforzada más adelante con el cumplimiento de derechos y deberes consagrados en la Constitución Política de Colombia, pensada como fundamental en la reconstrucción del tejido social y en el logro de la prosperidad general.

Estos conceptos nos remiten al Estado Moderno fundamentado en la formación de buenos ciudadanos, dóciles y obedientes para cumplir con la tarea homogeneizadora tendiente a reproducir la cultura letrada, a través del orden y del disciplinamiento.

Los anteriores argumentos distan de los conceptos de diversidad e inclusión propios de los acuerdos de paz, en la medida que pretenden regular conductas y comportamientos que respondan al ideal ciudadano, para imposibilitar así brotes de resistencia propios de una estructura social que avala la desigualdad.

El diagnóstico institucional parte de reconocer que en Colombia en los últimos años se ha incrementado la violación a los derechos humanos, particularmente en lo que respecta a la población infantil, por cuestión política, de género, etnia, religión entre otras, evidenciándose así una falta de garantías sociales

Según la IET Chicamocha, pareciera que los jóvenes son los directos responsables de la intolerancia, de las falta de valores, de la carencia de un proyecto de vida, como si vivieran al margen de una sociedad que por un lado les exige un "buen comportamiento", pero que por otro lado se convierte en la principal trasgresora de los principios que pregona, hecho que se evidencia en el deterioro de instituciones representativas como la familia, el Estado, la iglesia y la escuela.

Este posicionamiento institucional muestra que la Cátedra de Paz se concibe de manera aislada al conflicto armado que atravesó la historia de Colombia durante 5 décadas y se limita a reproducir un discurso hegemónico en donde por un lado se pregona la necesidad de recuperar los valores y los buenos principios, pero que por otro lado omite las desigualdades e injusticias sociales que generaron resistencias y propiciaron el surgimiento del conflicto.

Así los educandos son percibidos a partir de su presente inmediato, vaciados de historia, como si el conflicto armado no le perteneciera ni tuviera nada que ver con

su biografía personal e institucional, es como si la guerra que libraron las FARC-EP y el Estado Colombiano fuera ajena y se redujera a un capítulo histórico sobre el que no es necesario hablar, y mucho menos profundizar o debatir.

Por lo tanto la memoria histórica discursiva institucional prefiere quedarse anclada en los próceres, antes que hablar de resistencias o de guerrillas, porque hacerlo implicaría asumir una postura ideológica en favor o en contra del conflicto, y es un lugar en el que muchos docentes no quieren estar; sin embargo no hablar del tema también refiere un posicionamiento que obedece a la reproducción y validación de un discurso hegemónico en donde se omite un pasado, una historia atravesada por disputas de poder que claramente tiene efectos sobre el presente y el modo en que se asumen los sujetos.

"Muchas veces las nociones de infancia y de juventud en los discursos educativos se plantean como contenidos esenciales, no afectados por la historicidad, leídas desde criterios que atienden solo su dimensión biológica o su mítica relación con las instituciones clásica (familia-escuela-estado) cuya realidad actual dista mucho de las representaciones que tenemos de ellas en el ámbito educativo. La inversión de la relación entre las generaciones, la disminución de esa distancia óptima, o la erosión de las ideas de autoridad clásicas, parecen poner en riesgo el proceso de transmisión cultural» (Carli, 2006, pág. 3)

.Aunque el país retornó a un modelo excluyente en donde los acuerdos logrados corren un riesgo inminente, y en un contexto social y político complejo en donde la educación pública está en crisis, lo que evidentemente no se constituye en hechos de paz, es a través de la cátedra que se pueden seguir legitimando espacios que no solo se limiten a una asignatura, sino que atraviesen todos los contenidos y la vida misma de quienes le siguen apostando al proceso. Se perdieron algunas batallas, otras se ganaron, pero la lucha continúa porque la educación libera, empodera a los sujetos y los ayuda a transformar la realidad de manera colectiva.

Bibliografía

- Barbero, M., & Jesús. (2003). "Saberes hoy: diseminaciones, competencias y transversalidades". *Revista Iberoamericana de Educación* N°32, 17-34.
- Brito Ruiz, D. (2010). *Justicia restaurativa. Reflexiones sobre la experiencia de Colombia. Colección Cultural de la Paz*. Ecuador: Editorial de la Universidad Técnica Particular de Laja.
- Carli, S. (Noviembre de 2014). *Blogs.unlp.edu.ar*. Obtenido de http://blogs.unlp.edu.ar/pec/files/2014/11/Carli_Los_dilemasdelatransmision.pdf

Diker, G. (2008). "Autoridad y transmisión: algunas notas teóricas para re-pensar la educación". *Revista Educación y Humanismo* N° 15, 58-69.

Kaplun, Mario (2002) "Modelos de educación y modelos de comunicación", en *Una pedagogía de la comunicación (El comunicador popular)*. Editorial Caminos, La Habana. Disponible en: http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/kaplun-el_comunicador_popular_0.pdf

Mesa de Conversaciones. (2017). *Acuerdo Final para la terminación del conflicto. La construcción de una paz estable y duradera*. (O. d. Paz, Ed.) Bogotá- Colombia. Obtenido de <http://www.altocomisionadoparalapaz.gov.co>. Páginas

Giraldo, Jorge. *Las ideas en la guerra*. Penguin Random House Grupo Editorial. Bogotá- Colombia. 2015. Contracara.

En la práctica se produjo una dispersión perfiles de egresados entre las escuelas públicas y privadas. No había un plan de estudios uniforme para todos los bachilleratos de la orientación en Comunicación Social o en Ciencias de la Comunicación. En ese sentido la NES parecía una buena propuesta para lograr la homogeneidad, pero no sucedió. Por un lado se presentaron dos alternativas de Cajas curriculares, la A o la B. Una proponía un plan cuatrimestral y la otra uno anualizado. Pareciera ahora que la implementación de la Secundaria del Futuro²⁹ dará por tierra con la elección de la organización anual en 3 trimestres y logrará imponer los cuatro bimestres que se agrupan en 2 cuatrimestres.

Además en 4to y 5to año existió la opción de elegir entre diferentes Talleres de producción en lenguajes: gráfica; radial; publicidad; audiovisual; arte y diseño; multimediales. La intención fue "respetar la identidad institucional y el perfil del egresado" de cada escuela. Esta práctica consolida las diferencias y no permite la tan pretendida uniformidad en los planes de estudios que permitiría a los estudiantes circular entre los bachilleratos en comunicación sin tener que rendir equivalencias. Esto dentro de la misma jurisdicción, imaginemos lo que pasa entre provincias³⁰.

BACHILLERATO ORIENTADO EN

COMUNICACIÓN EN CABA. DEL DICHO

AL HECHO...

Olivera, Cynthia Marina

FCS - UBA / olivera_cynthia@yahoo.com.ar

Palabras claves: educación; diseño curricular; nivel medio; docentes; nueva escuela secundaria.

El futuro ya llegó: 5to año de la NES

La NES se está implementando en todas las escuelas diurnas de CABA. Tanto pioneras como las otras están trabajando con el Diseño Curricular nuevo (o deberían). Si los años anteriores fueron de transición entre dos planes y problemas para la adaptación este no es la excepción.

Uno de los puntos clave es el Diseño Curricular (DC). Es algo novedoso para Comunicación que no tuvo en el plan anterior uno que organizara los contenidos. Así fue como durante años cada profesor en soledad o con otros de la escuela programó contenidos, priorizó el desarrollo de ciertas habilidades, competencias. Esto abre la pregunta sobre el lugar que tuvo en el profesorado, es decir en la formación de los actuales profesores, el uso, lectura e interpretación de un DC.

Las dificultades crecieron con la reubicación de los docentes titulares e interinos y con designación de nuevas personas en los espacios de creación. Primera dificultad, los listados vigentes no estaban actualizados, no contemplaban las nuevas materias. Algunas horas cátedra se cubrieron recién a mediados de abril. En marzo era habitual ver cursos con muchas horas libres porque no tenían profesores designados. Por otra parte, titulares e interinos³¹ esperaban ser reubicados en las

29 Sobre el tema se puede consultar el sitio oficial de Educación del GCBA disponible en URL: <https://www.buenosaires.gob.ar/educacion/secundaria-del-futuro>.

30 Se puede comparar con el DC de la Provincia de Buenos Aires disponible en URL: http://servicios.abc.gov.ar/lainstitucion/organismos/consejogeneral/disenioscurriculares/secundaria/quinto/orientaciones/orient_comunicacion_5/comunicacion_5.pdf. Es común el tránsito de docentes y estudiantes entre ambas jurisdicciones ya que el límite que las separa está formado por la Av. Gral. Paz y el Riachuelo.

31 Según la resolución 2360/13 los titulares e interinos

nuevas materias, pasar a disponibilidad o a proyectos especiales.

Los listados correspondientes a este nuevo plan de estudios recién estuvieron vigentes a partir de mediados de junio cuando las horas cátedra ya habían sido cubiertas. Se nombró por carpeta según decisión de las autoridades de cada escuela, en ocasiones se adjudicaron a profesionales sin formación docente, o a personas sin formación en comunicación pero que según Comisión de títulos están habilitadas para ser nombradas. Esto trajo aparejadas dificultades en la elaboración de programas y planificaciones por desconocimiento del DC³² o por no poder interpretarlo adecuadamente. Se buscaron manuales y libros actualizados en la industria editorial sin éxito. Se hicieron pedidos entre colegas por falta de material adaptado para las nuevas materias. Como comentan algunos profesores “existen materiales, pero no están hechas las adaptaciones para nivel medio”. Todavía hay un camino que recorrer para dejar organizada la bibliografía. Se advierten dificultades especialmente entre quienes no tienen formación pedagógica. Una de las primeras fue la interpretación del DC. Las preguntas que surgieron fueron: ¿qué contenidos corresponden a Introducción a la Comunicación? ¿Se pueden elegir libremente contenidos de los diferentes ejes según desee cada escuela, se pueden “combinar” contenidos de Discursos sociales y medios con los de Tecnología y sociedad y de Teorías de la comunicación? ¿Qué es lo que hay que enseñar en Proyecto de Comunicación? También surgieron afirmaciones del tipo “en Proyecto de Comunicación el estudiantado eligió *dar talleres* en primero y segundo año de temáticas que les gustaría se vean en las jornadas ESI (Educación Sexual Integral)”. Es decir, en lugar de abordar la comunicación comunitaria e institucional, la realización de un diagnóstico comunicacional se optó por la realización de talleres.

La capacitación en servicio

Este año desde Escuela de Maestros se propuso un Tramo de capacitación en servicio para la orientación en Comunicación. Una de las particularidades es que se comparte con las orientaciones Literatura y Artes. Por tratarse ser en servicio no tendría que haber inconvenientes para que todos puedan concurrir. Sin embargo esto no ocurre, hay docentes que no pueden asistir porque trabajan en escuelas privadas, en provincia de Buenos Aires o que en empresas privadas que no reconocen los certificados y/o no siempre los días y horarios de las capacitaciones coinciden con las horas

tienen garantizada la estabilidad laboral porque deben ser reubicados siempre que sea posible en las materias del nuevo plan de estudios cuando las incumbencias de su título así lo permitan. Disponible en URL: https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/res_megc_2360_13a.pdf

32 Se puede acceder al DC del ciclo orientado del Bachillerato en Comunicación NES en la siguiente URL: https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/nes-comunicacion_w_3.pdf.

cátedra frente a curso. También ocurre siempre se suerponen las clases del mismo curso en “x” materia por lo que el estudiantado señala esas ausencias, pregunta los motivos, se sorprende al saber que las capacitaciones ocurren al mismo tiempo que se están implementando las nuevas materias en el aula. Cabe preguntarse entonces si esta acción, esperada por varios docentes desde que se supo que se implementaría la NES, no aparece ante la mirada de estudiantes y padres como algo *improvisado* que se va haciendo sobre la marcha. Algo que se refuerza al ver que en la escuela algunos docentes están “desorientados” frente al nuevo plan de estudios, o al detectar que hay distintos enfoques y formas de encarar las materias de la NES en distintos cursos y divisiones.

La asistencia técnica es otra propuesta que desde EM podría aportar claridad al modo en que se espera se realice la implementación total de la NES. Especialmente en Comunicación donde las representaciones acerca del área se confunde con Lengua y literatura, o se simplifica como periodismo, realización de videos o

Otro espacio que dedica espacio al intercambio sobre la implementación de la NES es la Red de Escuelas de Comunicación que este año amplió la convocatoria a las cuatro escuelas Normales que tienen la orientación en Comunicación. Cabe señalar que solo una de ellas participa activamente de los encuentros. Especialmente desde la Gerencia Operativa de Currículum (GOC) se propuso la elaboración de material de apoyo para la materia Proyecto de Comunicación. Todavía están realizando relevamiento de información por lo que se puede suponer que estará disponible a inicios o mediados del tercer trimestre. Es factible preguntarse qué fue lo que llevó a que dicho material no estuviera realizado previo al inicio del ciclo lectivo. ¿Por qué la formación se realiza a la par que se está trabajando en las aulas? ¿Pudo haberse hecho antes? ¿Es factible que el sistema educativo prevea y forme a los docentes de acuerdo a las políticas educativas y lineamientos establecidos antes de la puesta en marcha de una reforma del plan de estudios que ya fue decidida hace unos años atrás?

Experiencias formativas, pasantías o prácticas profesionalizantes

La materia Proyecto de Comunicación tiene la particularidad de ser uno de los espacios en los que se espera se realicen prácticas profesionalizantes o dicho de otro modo experiencias formativas. Es un tema que provoca desencuentros de opiniones en las comunidades educativas porque sigue asociado a la idea de pasantía y de trabajo no remunerado.

La forma en que es comunicada la realización de estas experiencias formativas dejó lugar a dudas. En principio las supervisiones dieron a entender que se realizarían en Proyecto de Comunicación y que los docentes a cargo debían pensar los lugares posibles para las prácticas. Después se dijo que los estudiantes deberían realizarlas en setiembre en instituciones designadas desde el

Ministerio de Educación de GCBA. Se mencionaron Museos y Centros culturales del GCBA pero quienes deberán supervisar esas prácticas se designarán teniendo en cuenta las horas extra clase disponibles del cuerpo docente.

A modo de conclusión

Lo sucedido a la fecha permite seguir indagando sobre qué se espera de un bachiller en Comunicación. Debe realizar prácticas en Museos y Centros culturales junto a bachilleres en Turismo y en Educación, cuál es su rol. Además de los medios de comunicación y las instituciones oficiales del GCBA ¿hay otros espacios posibles en los que se piense formalmente su inserción desde el Ministerio de Educación? Quedaron soslayadas en las escuelas normales los lenguajes radiales, publicitarios y audiovisuales ¿qué implicaciones tienen esas decisiones tomadas en el perfil del egresado? ¿Qué se espera del cuerpo de profesores, qué representaciones sobre sus saberes, habilidades y su capacidad de enseñarlas existen si se tiene en cuenta las incumbencias que surgen desde Comisión de Títulos? ¿Cuál es el rol de las universidades cuyos profesados forman a quienes a su vez preparan a las generaciones de bachilleres en Comunicación? ¿Cómo se piensa la Educación Pública? ¿La normativa permite planificar las acciones para todo el país de la misma manera? ¿Se planifica con el suficiente tiempo para ofrecer la educación que se desea? Son algunas de las preguntas que surgen solo al pensar la implementación de la NES en una de las jurisdicciones de nuestro país.

Bibliografía

Araya Umaña, S. «Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión», Cuadernos de ciencias sociales 127, FLACSO, Costa Rica.

Diseño curricular Educación Sexual Integral (2015). Dirección General de Planeamiento e Innovación Educativa | Gerencia Operativa de Currículum. Texto incluido en Diseño Curricular para la Nueva Escuela Secundaria de la Ciudad de Buenos Aires. Ciclo Básico y Ciclo Orientado del Bachillerato.

Diseño curricular nueva escuela secundaria de la Ciudad de Buenos Aires: ciclo orientado del bachillerato: comunicación / dirigido por Gabriela Azar (2015). - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ministerio de Educación del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Dirección General de Planeamiento e Innovación Educativa.

Diseño curricular nueva escuela secundaria de la Ciudad de Buenos Aires: ciclo orientado del bachillerato, formación general / dirigido por Gabriela Azar (2015). - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ministerio de Educación del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Dirección General de Planeamiento e Innovación Educativa.

Diseño curricular nueva escuela secundaria de la ciudad de buenos aires. Ciclo básico: 2014 - 2020 / adaptado

por Gabriela Azar. 1a ed. Buenos Aires: Ministerio de Educación del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Dirección General de Planeamiento Educativo. Gerencia Operativa de Currículum.

Documento de acompañamiento a la implementación de la Nueva Escuela Secundaria (2016)

Documentos de las jornadas NESC de 2013, 2014, 2015.

Gunther, E. (2002) Las representaciones sociales, Artículo de la cátedra Ferrarós, FCS - UBA.

Ley de Educación Nacional N° 26.206.

Olivera, C. (2017) Ciencias de la Comunicación: representaciones en la Nueva Escuela Secundaria de Calidad en Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Ponencia presentada ante XV ENACOM.

----- (2018) Nueva Escuela Secundaria: Desafíos en las escuelas medias orientadas en Comunicación en CABA. Del diseño curricular a la puesta en práctica en las aulas. Ponencia presentada ante XVI ENACOM.

Perfil y fundamentación por orientación BO-Comunicación (2014). Documento N° 4. Quinta Jornada NESC.

Prediseño Curricular (2013) 15 de mayo parte A.

Prediseño Curricular (2013) 15 de mayo parte B.

Resolución -2013-2360- MEGC

Resolución -2014-1346-MEGC.

Resolución -2015-321-MEGC

Resolución del Consejo Federal de Educación 142/11

Resolución del Consejo Federal de Educación 191/12

Resolución del Consejo Federal de Educación 84/09

Resolución del Consejo Federal de Educación 93/09

LA POSVERDAD COMO FENÓMENO PARA TRABAJAR LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA CRÍTICA.

Una propuesta de intervención en línea para la formación de formadores

Pérez Millán, Martín

UNC / martin.perez.millan@gmail.com

Palabras claves: posverdad; educación mediática crítica; medios sociales; tecnología

En épocas de desideologización de la política, de primacía de los datos sobre los hechos, de sobre-estimulación de las emociones en un entorno virtual y mediático cada vez más saturado, se hace necesario detectar cómo opera un fenómeno que ha cobrado fuerte presencia en los debates sobre la influencia de medios y tecnologías, y que ha sido denominado como posverdad.

Esta conlleva poder en la medida en que busca y logra fijar ciertos conocimientos y sus significados en la manera de pensar y sentir de la gente. Es difundida por los medios de comunicación, particularmente por los medios sociales que operan como dispositivos de control y moldeamiento social. Es en este control donde el poder se hace realidad y se muestra la efectividad de los discursos que subyacen a esa posverdad.

Sin embargo, el límite principal al poder de los medios son aquellas audiencias que trascienden su condición de meras espectadoras, se constituyen como interlocutoras y recuperan un papel histórico en la creación de su propia cultura como audiencias empoderadas (Orozco Gómez, 1996). Los esfuerzos interdisciplinarios, entonces, deben contribuir a su educación a fin de hacerlas más críticas, autónomas, creativas y más poderosas en su vinculación con los medios. No obstante, este trabajo pedagógico se ha topado con distintos obstáculos, entre ellos la falta de políticas públicas que se ocupen de una Educación para los medios y garanticen espacios de desarrollo sostenido.

La posverdad como fenómeno se mueve en un contexto de volatilidad y porosidad de un entorno multimedia cada vez más saturado. Así la computación y las tecnologías demandan nuevas competencias, por lo que la educación –en todos los niveles- debe estar a la altura de los desafíos de la vida contemporánea y desarrollar

nuevas pedagogías y programas de alfabetización. Es lo que intenta la llamada Educación Mediática, definida como un proceso sistémico de apropiación de algunas capacidades o habilidades para el uso de los medios en forma inteligente, buscando discriminar y evaluar críticamente el contenido presente en los productos mediáticos.

Asimismo, es clave manifestar la inclinación por un enfoque crítico: la Educación Mediática Crítica (en adelante EMC) analiza la cultura mediática como resultado de la producción social y el conflicto, y enseña a los destinatarios a ser críticos de las representaciones y los discursos mediáticos, señalando la oportunidad de aprender a usar los medios como modos de auto-expresión y de activismo social (Kellner, 2005). Uno de sus conceptos centrales es el de “desnaturalización”. Esta requiere –contrariamente a lo que propone esta época de posverdad- la reflexión sobre los hechos, las representaciones y los sentidos que ellas proponen, así como los sujetos que son visibilizados, invisibilizados o subrepresentados y las comprensiones del mundo que se superponen a otras que quedan invalidadas.

De esta manera, la perspectiva crítica busca hacer visible la estructura de poder latente en los mensajes y propiciar la toma de conciencia por parte de los destinatarios y las destinatarias de cómo los medios construyen significados y estereotipos, influyen y educan audiencias, reproducen valores dominantes e ideologías.

Sabemos que en el sistema educativo formal, en todo el país, existen diversas iniciativas tendientes a promover acciones de educación mediática. Solamente en la provincia de Mendoza existe la materia Comunicación Social en el Ciclo Básico de Educación Secundaria, con contenidos que apuntan al objetivo de formar audiencias más críticas, mientras que en el resto de las provincias su desarrollo depende de algunos programas especiales, de las decisiones de las escuelas, la facilitación de talleres o espacios transversales de trabajo.

Asimismo, la apertura desde finales de los años 90 de los Profesorados en Comunicación en todo el país le dio un impulso a la generación de conocimiento en torno de la problemática. Pero, como hemos señalado y salvo algunos proyectos de relevancia hoy en declive (como el programa “Los medios en la escuela” o las acciones llevadas a cabo por la Defensoría del Público), no existen líneas de acción con la contundencia y sistematicidad que el ambiente mediático y tecnológico requiere.

Entonces el problema que nos propusimos abordar resulta de esa necesidad enunciada, de un espacio de preparación y/o formación que, desde una perspectiva de la EMC, aborde y problematice la inclusión de nuevos conceptos y fenómenos desarrollados en el campo comunicacional, entre ellos el de posverdad.

Dicho de otra manera, la ponencia define las bases pedagógicas, tecnológicas y comunicacionales críticas que dan sustento al diseño de un dispositivo de educación mediática “desarmador” de representaciones, narrativas y emociones subyacentes en el funcionamiento de la posverdad en los medios sociales.

La importancia de esta propuesta reside en ofrecer la posibilidad de deconstruir las representaciones mediáticas, mejorar las competencias analíticas y comunicativas para construir representaciones propias, a partir de la articulación de tres saberes: pedagogía crítica, tecnología y comunicación (Kellner, 2005). Incluso, las acciones de educación mediática resultan -en este momento histórico- imprescindibles en cualquier sociedad democrática que valore el acceso a la diversidad de fuentes de información, la protección del derecho a la comunicación y la promoción del compromiso y la participación social.

En conclusión, el dispositivo mencionado del que se da cuenta en la ponencia consiste en un taller enteramente virtual que -primero- reúne y promueve una reflexión teórica sintética sobre el fenómeno de los medios sociales, la posverdad y sus conceptos asociados desde la perspectiva de la EMC; y segundo, recomienda estrategias de transposición mediática para la tarea del educador/a.

Bibliografía

Apple, M. y Beane, J. (Comps.) (2000): *Escuelas Democráticas*. Tercera Edición. Madrid, Morata.

208 Appelbaum, A. (2016). “Comprobación de hechos en un mundo post-hechos”. Washington Post, 19 de mayo. Traducción de Valentina Arias.

Chevallard, I. (2013). *La transposición didáctica. Del saber sabio al saber enseñado*. 3ra. ed., 4ta. Reimpresión. Buenos Aires: Aique Grupo Editor.

Fainholc, B. (1999). *La Interactividad en la educación a distancia*. Paidós, Buenos Aires.

Fedorov, A. (2011). Breve repaso histórico. Alfabetización mediática en el mundo. *Inforamérica (Revista Iberoamericana De Comunicación)*, (5), 7-23.

Fernández, N. (2017). Fake News: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva Sociedad*. N° 269. Recuperado de <http://nuso.org/articulo/fake-news-una-oportunidad-para-la-alfabetizacion-mediatica/>

Ferrés, J. (2009). Las pantallas, entre la razón y la emoción. *Cuadernos De Pedagogía*, 389, 80-83.

Floris, C., & Landívar, T. (2016). Educación con medios en la Educación para la comunicación: ¿Hay algo nuevo bajo el sol? *Espacios En Blanco. Serie Indagaciones.*, 6(1),

13-34.

Giroux, H. (1990). *Los profesores como intelectuales. Hacia una pedagogía crítica del aprendizaje*. Barcelona: Paidós.

Huergo, J. (2006). Jorge Huergo: “Comunicación y Educación: aproximaciones”. *Comunicación/Educación*. Recuperado de http://comeduc.blogspot.com.ar/2006_04_01_archive.html

Huergo, J. (2001). Desbordes y conflictos entre la cultura escolar y la cultura mediática. *Nómades*, (15), 88-100. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1051/105117927008.pdf>

Jenkins, P. (1986). *The new curriculum, media studies and the state control*. Ponencia presentada en Tv Studies Conference, No. 2, Londres.

Kellner, D. y Share, J. (2005). “Toward Critical Media Literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy”. *Discourse: studies in the cultural politics of education*. Vol. 26, N° 3, September 2005, 369-386.

Kellner, D. (1998). “Multiple literacies and critical pedagogy in a multicultural society”. *Educational Theory* 48(1).

Lepore, G. “Después del hecho. En la historia de la verdad, un nuevo capítulo comienza”. *The New Yorker*, 21 de mayo de 2016.

McLaren, P. (2010). “Una pedagogía de la emancipación”. Entrevista de Julián Bruschtein. Página/12, Martes, 29 de junio de 2010.

Martín Barbero, J. (1996). *La televisión o el ‘mal de ojos’ de los intelectuales*. Bogotá: Numero.

Masterman, L. (1993a). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Masterman, L. (1993b). “The media education revolution”. *Canadian Journal of Educational Communication*. Vol.22, N° 1.

Merlinsky, G. (2006). La entrevista como forma de conocimiento y como texto negociado: notas para una pedagogía de la investigación. *Cinta de Moebio* 27. Recuperado de www.moebio.uchile.cl/27/merlinsky.html

Morabes, Paula. (2008). La investigación en Comunicación/Educación: problemas epistemológicos y teóricos en la (in)definición del campo. *Oficios terrestres*, N° 21.

Nogués, G. (2018). *La era de la posverdad. Guía de supervivencia en Tiempos de Posverdad*. El gato y la caja. Recuperado de <https://elgatoylajaja.com.ar/la-era-de-la-posverdad/>

Oliveira Soares, I. (2014). “Educomunicación y educación mediática: vertientes históricas de aproximación entre Comunicación y Educación”. *Comunicação y educação*,

Vol. 19, N°2, Brasil:USP.

Orozco Gómez, G. (2007). "Comunicación social y cambio tecnológico: un escenario de múltiples desordenamientos". En: de Moraes, D. (coord.), *Sociedad mediatizada*. Barcelona: Gedisa.

Orozco Gómez, G. (2005). "Mediaciones y televisión pública. La deconstrucción múltiple de la televidencia en la era del avasallamiento mediático". En Rincón, O. (comp.), *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Buenos Aires: La Crujía.

Orozco Gómez, G. (1996). Educación, medios de difusión y generación de conocimiento: hacia una pedagogía crítica de la representación. *Nómadas* (Col), (5)

Oxford. (2016). *Diccionario de la lengua inglesa*. Buenos Aires: Kel.

Padrón, J. (2006). "Bases del concepto de investigación aplicada". Recuperado en <http://padron.entretemas.com.ve/InvAplicada/index.htm>

Postman, N. (1992). *Technopoly: The surrender of culture to technology*. New York: Knopf.

Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la lengua española* (22.a ed). Recuperado en <http://www.rae.es/rae.html>

Sandoval Romero, Arenas Fernández y otros (2012). *Las tecnologías de la información y la comunicación en contextos educativos: nuevos escenarios de aprendizaje*. Santiago de Cali: Universidad de Santiago de Cali.

Silverstone, Roger. (2004b). "Regulation, Media Literacy and Media Civics". *Media, Culture & Society*, 26(3)

Soto Fernández, J. y Espiso Bello, E. (1999). La educación formal, no formal e informal y la función docente. *Innovación Educativa*. Vol 9. Santiago de Compostela.

Vargas Cordero, Z. (2009). "La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica". En: *Revista Educación*, vol. 33, núm. 1, pp. 155-165. Universidad de Costa Rica.

LA LEY DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN ARGENTINA Y EL ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN GRÁFICOS

Pietrantuono, María Florencia

FCC – UNC / flor.pietrantuono@gmail.com

Rolón, María Belén

FCC – UNC / mbrolon1908@gmail.com

Palabras claves: globalización; década neoliberal; modelo político; LES; comunicación; transformación universitaria; construcción de la noticia

Introducción

El proceso de globalización dado a finales del siglo XX trajo consigo una cantidad de transformaciones y modificaciones en múltiples ámbitos por lo que se intentará dar primero, una descripción del contexto histórico en el que se incorporó la reforma educativa en nuestro país que estuvo en consonancia con lo acontecido en gran parte de Latinoamérica.

Luego, se expondrán los datos más relevantes de la Ley 24.521 más conocida como Ley de Educación Superior (LES), para denotar cuál fue su incidencia en el ámbito privado como público; y cuál fue el rol del Estado luego de su promulgación.

Es destacable afirmar que en este proyecto participan dos disciplinas: Historia y Comunicación, las que se complementan de manera transversal para intentar mostrar el lugar de los medios gráficos ante los objetivos de la reforma educativa y de los resultados en la Educación Superior así como también para interpretar el contexto de acción ante la transformación.

El relevamiento de información se llevó a cabo a partir del género noticia; y para esto resultó necesario poner el foco en los titulares de los periódicos argentinos de mayor tirada.

Contexto histórico

La última década del siglo XX introdujo - en el marco de los procesos de globalización- estrategias de carácter neoliberal que tendieron a reemplazar las políticas de bienestar impulsadas por el Estado por otras, en las que predominaron las concepciones de mercado y de

privatización de los servicios públicos, entre ellos, la educación.

Las crisis económicas llevaron a una fuerte restricción del financiamiento público para los sectores sociales en general, y – como ya dijimos – para la educación y la universidad en particular.

Situados en América Latina, fue la República Argentina una de las principales impulsoras de estas transformaciones. Pese a haberse recuperado la democracia, la inestabilidad social y económica llevaron a la hiperinflación por lo que se logró imponer un programa de ajuste estructural dirigido por las grandes empresas nacionales e internacionales y orientado por las recomendaciones y exigencias de los organismos de financiamiento como fueron el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo y el Fondo Monetario Internacional.

A nivel mundial, los últimos años de la década de 1980 y el comienzo de los años 90, marcaron con vehemencia el fin de una época y el comienzo de otra (Hobsbawm, 1994) que se diferencian ampliamente entre sí. Este quiebre estuvo signado específicamente por dos eventos de gran calibre: la caída del muro de Berlín y la disolución de la URSS.

La Ley de Educación Superior: características e implicancias

El documento Educación argentina publicado por el Ministerio de Cultura y Educación de la Nación en 1995, denotaba la necesidad de convertir a la formación académica en uno de los ejes principales destinados a elevar el nivel de productividad y equidad social. En esta línea, Vior (2008) sostiene que “la transformación educativa estuvo, entonces, explícitamente subordinada tanto a los procesos económicos cuanto a una concepción de la sociedad en la que el concepto de igualdad fue reemplazado por el de equidad”.

Para poder sancionar esta ley, se avanzó en el Congreso con lo que se denomina “trámite exprés” que dejó sin la posibilidad de efectuar modificaciones, buscando, de esta manera, evitar las críticas que se estaban llevando a cabo desde amplios sectores de la sociedad. Sin embargo, fuera del recinto las manifestaciones daban cuenta de un gran rechazo a esta legislación y, entre las organizaciones que tomaban fuerza se encontraban los estudiantes nucleados en la Federación Universitaria Argentina (FUA) y varios gremios docentes.

La Ley 24.521 subsumió bajo sus artículos a todas las instituciones de educación superior sean públicas o privadas y reguló una gran cantidad de aspectos que, como ya se destacó, fueron motivo de importantes

discusiones, negaciones y rechazos.

Situadas en un marco de grandes transformaciones modernizadoras tanto en América Latina como en el mundo, la LES promovió la introducción de la evaluación externa y la rendición de cuentas, ampliando simultáneamente la autonomía académica, económica y financiera. Con este panorama, el rol del Estado tenía que ver con un papel de evaluador ex post, dejando de ser interventor, construyendo así una nueva relación entre las universidades y el Estado.

Esta ley que para muchos implicaba el avance privatizador y mercantilista en la universidad, entre otros aspectos, se refiere a la educación superior como un servicio y no establece en ningún momento su gratuidad. De hecho, faculta a las instituciones nacionales para “dictar normas relativas a la generación de recursos adicionales a los aportes del Tesoro nacional”, lo que llevó a interpretar que abría la puerta al arancelamiento. Asimismo, estableció la creación de una comisión encargada de evaluar y acreditar a las instituciones y carreras (Coneau), y posibilitó que las casas de estudios con más de cincuenta mil estudiantes definan “su propio régimen de admisión” (Torres Cabrerós, 2015). En este sentido, es importante destacar que algunos artículos establecen la posibilidad de limitar o controlar el ingreso, de establecer un piso de 50 por ciento de representación para los docentes en el cogobierno y de la sujeción del sistema universitario a los estándares de calidad fijados por agentes externos al propio sistema reunidos en la Coneau, entre otros.

Los medios de comunicación y la construcción de la noticia

La comunicación tiene un papel fundamental en la construcción de lo social y de la cultura, por tener lugar en la vida cotidiana de las personas y por posibilitar el desarrollo de distintos tipos de relaciones sociales. De esta manera se puede pensar a lo social, junto con lo comunicacional y lo cultural como dimensiones de un fenómeno común. W. Uranga considera que la comunicación genera “una trama de sentidos que involucra a todos los actores (...) - y que - es un proceso de construcción también colectivo que va generando claves de lecturas comunes, sentidos que configuran modos de entender y de entenderse, modos interpretativos en el marco de una sociedad y una cultura” (Uranga, W. 2007, p.4).

Con respecto al género “noticia”, como soporte material de la investigación, debe entenderse a éste como un proceso de construcción y reacción de un contenido informativo que se encuentra condicionado por el conjunto de creencias, intereses y prácticas corporativas inherentes a una dada entidad periodística.

Asimismo, interesan no sólo las noticias respecto al tema y su construcción discursiva, sino también la jerarquización que se le da a través de éstas; esto es el espacio concedido en y por los medios, el número de noticias destinado al tema, los aspectos que se seleccionaron del mismo para darlo a conocer, etc. Como señala Stella Martini, “el periodista y el medio meta-comunican a su público su capacidad de reconocer lo que es importante y de interés, lo que alcanza relevancia para la sociedad, y su competencia para ponerlo a disposición” (Martini, S. 2000, p.100).

El análisis que se realiza no se fundamenta en el pasado como un conjunto de hechos históricos esperando a ser rescatados por la objetividad de los historiadores a través de las pruebas documentales, sino que implica siempre una “imaginación a priori, [en donde] el historiador es el juez de sus fuentes y no a la inversa” (Ricoeur, 1985, p. 843). Las fuentes por sí solas no explican ningún proceso social, sino que deben ser insertas en una red de interpretación histórica que las conecte y las relacione de manera particular, a fin de dar cuenta de una explicación, nunca acabada, de lo que se busca estudiar.

Esto, por un lado, nos aleja de una supuesta pasividad textual y, por otro, también nos convoca a pensar el contenido de la forma (White, 2001) noticiosa como una praxis discursiva cambiante en el tiempo y producida a partir de disputas políticas que conllevan implicaciones ideológicas características de un determinado período histórico. Es con esta premisa particular de recorrido interpretativo que se dirige hacia los archivos, entendiéndolos no como un depósito inerte, sino como una experiencia viva y comunicativa.

Entonces, preguntarse por la temporalidad de los procesos sociales, conlleva a una interrogación que no es natural, sino que es construida a partir de la “imaginación histórica, que señala la especificidad de la historia con respecto a cualquier observación de un dato presente” (Ricoeur, 1985, p. 843).

Reflexión final

Esta investigación pretende a partir de la trans disciplinariedad de dos áreas del conocimiento – la historia y la comunicación- poder tratar de interpretar el contexto considerando a los acontecimientos históricos y a la producción de los medios de comunicación; como constructores de realidad.

Preguntarse por el pasado no significa construir un modelo en un presente, ni narrar una secuencia de hechos inmutables (Ricoeur, 1985). La narración de la historia es también una arena de disputa y disenso, en donde se ponen en juego a su vez diferentes formas de memoria y de estar en el presente.

Estos planteos teóricos sirven para aplicar en el estudio de caso, sobre la implementación de la LES y cómo la dieron a conocer los medios del momento.-

Bibliografía

- Hobsbawm, Eric. (1994). *El siglo XX*. Ediciones Crítica. España
- Ley 24.521. (1995). Ministerio de Educación de la Nación. Biblioteca del Congreso de la República Argentina.
- Martini, Stella. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Norma. Buenos Aires.
- Ricoeur, Paul. (1985). *Tiempo y Narración*. México, Siglo XXI.
- Torres Cabrerros, Delfina. (2015) “*Dos décadas conviviendo con la LES*”. Página 12. Recuperado de: <https://www.pagina12.com.ar/diario/universidad/10-282445-2015-09-25.html>
- Uranga, Washington. (2007). *Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales*. Buenos Aires. En <http://ces.unne.edu.ar>.
- Vior, Susana. (2008). “*Políticas para la Educación Superior en la década del '90*”. Educación, Lenguaje y Sociedad ISSN 1668-4753 Vol. V N° 5. Recuperado de: <http://www.biblioteca.unlpam.edu.ar/pubpdf/ieles/n05a04vior.pdf>
- White, Hayden. (2001). *El contenido de la forma. Narrativa, discurso y representación histórica*. Barcelona, Paidós.

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN ESCUELAS SECUNDARIAS.

211

Aportes desde las experiencias y lo discursivo

Plaza Schaefer, Verónica

FCS - UNC/ veronica.plaza@unc.edu.ar

Moreiras, Diego A.

FCC - UNC/ diegoamoreiras@unc.edu.ar

Palabras claves: producción de medios en escuelas; producción cultural; género audiovisual escolar; cine periférico

Desarrollo de problema

Este escrito parte de dos tesis doctorales que abordan producciones audiovisuales en escuelas. El primer caso,

cuya autora es Verónica Plaza Schaefer, corresponde a una tesis ya defendida en el Doctorado en Educación, de la Facultad de Filosofía y Humanidades (UNC). El título del trabajo en cuestión es: “Producción de medios de comunicación y formas de lo escolar: Análisis de experiencias educativas desarrolladas en escuelas secundarias públicas de la ciudad de Córdoba durante los años 2011-2014” y en él, Verónica aborda experiencias en las que estudiantes y docentes producen medios en las escuelas (producciones gráficas y audiovisuales, en su mayoría). En esta ponencia, recuperamos de esa tesis únicamente las reflexiones vinculadas a la producción audiovisual.

La segunda tesis, aún en curso, corresponde al Doctorado en Semiótica del Centro de Estudios Avanzados, de la Facultad de Ciencias Sociales (UNC). Su autor es Diego Moreiras y su título provisorio es “Producciones audiovisuales escolares. Características y espacios de circulación de un género discursivo en proceso de constitución”. En ella, se analizan producciones audiovisuales realizadas en escuelas secundarias de la provincia de Córdoba entre 2011 y 2015, en escuelas orientadas, de modalidad de jóvenes y adultos, centros de actividades juveniles y espacios de Plan de Mejora Institucional (en modalidad adultos).

Así, durante los años 2011 – 2015 analizamos experiencias educativas orientadas a la producción de medios de comunicación (audiovisuales). La pregunta de investigación más general en la primera tesis fue cuáles son las potencialidades transformadoras de estas experiencias, es decir, de qué modos tensionan, dialogan e inciden en las denominadas “formas de lo escolar”; en la segunda tesis, la pregunta fue cuáles son las características discursivas de estas producciones que nos permiten pensarlas como un género discursivo específico, así como cuáles son sus particularidades en términos de condiciones de producción y de circulación.

En la definición de estas preguntas nos orientó la perspectiva de comunicación/ educación, tal como la entienden Huergo (2001) y Da Porta (2011), que nos llevó a no pensar en términos dicotómicos, ni reduccionistas, sino mirar estos procesos educativos complejos en un escenario, que en nuestro caso es el escolar, y que a la vez, todo lo que allí sucede tiene que ser puesto relación o diálogo con relaciones culturales, sociales y no sólo educativas.

Antecedentes

En primer lugar, podemos identificar como antecedentes los estudios sobre jóvenes y juventudes, y en particular, de jóvenes en instituciones educativas y escolares. ¿Cómo pensamos a los jóvenes en tanto estudiantes sin hacerlo desde una perspectiva dicotómica, que simplifica

al plantearla como opuesta a una relación que es más compleja? En este sentido, los aportes de las ciencias sociales para pensar lxs jóvenes y las escuelas han resultado fundamentales.

En segundo lugar, podemos mencionar el trabajo que venimos realizando en el equipo de investigación que dirige Eva Da Porta. En él, el foco de nuestros análisis está puesto en experiencias escolares vinculadas a medios y tecnologías en las que lxs jóvenes asumen una posición activa, de productores. No ponemos el acento en los procesos de enseñanza – aprendizaje de modo general, sino que exploramos estas experiencias en tanto procesos culturales en los que los jóvenes tienen un lugar activo, transforman su condición de estudiante y complejizan esa interpelación de estudiantes que la escuela tradicional les propone.

En tercer lugar, y de modo más específico para la segunda de las tesis que hemos mencionado, recuperamos como antecedentes los trabajos que analizan producciones discursivas desde una perspectiva semio-pragmática (es decir, trabajos que abordan lo discursivo atendiendo a sus condiciones de producciones, de circulación y de recepción especialmente), así como los trabajos que se ocupan de los diversos cines que denominamos “periféricos”, producidos por fuera de las industrias audiovisuales, que tienen también una preocupación por las posibilidades de producción y puesta en circulación de una voz y una imagen propia de sectores populares, en algunos casos también liberadora.

Metodología

En ambas tesis hemos realizado entrevistas para reconstruir las experiencias en cuestión y acceder a la perspectiva de los sujetos involucrados en ellas. Verónica además realizó observaciones participante y conversaciones colectivas durante y después de las instancias de producción con lxs estudiantes involucrados.

En ambos casos también hemos realizado análisis de discurso, más centralmente en la segunda tesis, desde perspectivas semio-pragmáticas y socio-discursivas.

Resultados

De modo general, podemos plantear como resultados que: a) estas instancias de producción en el aula dialogan, tensionan y transforman las formas de lo escolar, entendida desde la gramática de la escolaridad; b) las instancias de producción discursiva, plantean un diálogo fecundo con la dimensión cultural (por ejemplo, de los consumos mediáticos de lxs jóvenes) y generan procesos de interpelación diferentes a los de la escuela tradicional.

En particular desde la tesis de Verónica pudimos dar cuenta, en primer lugar, de los modos en que en estas experiencias se reconfiguran las dinámicas del hacer. Esto implicó un análisis sobre los modos en que los/as estudiantes se apropian y resignifican tiempos, espacios, formas de trabajar, así como también las prácticas de alfabetización en las que se combinan los diferentes lenguajes en los procesos de producción. En segundo lugar, también pudimos identificar cómo estas experiencias educativas inciden en la emergencia de otras formas de saber, ser y posicionarse en la Escuela. A partir de todo esto podemos afirmar que estas experiencias educativas alteran algunos aspectos del *hacer* de la gramática de la escolaridad. Esto se vuelve evidente cuando desde allí se posibilita la realización de diferentes actividades en simultáneo, ocupando a su vez diferentes espacios físicos; cuando los/as estudiantes aprenden a partir de los errores que van descubriendo (y corrigiendo) en la misma dinámica de trabajo; cuando participan de distintos modos, asumiendo diferentes responsabilidades y tareas en función de sus intereses y capacidades, entre otros aspectos.

Desde la tesis de Diego pudimos dar cuenta de aspectos de la producción discursiva que los videos escolares comparten con otros audiovisuales periféricos. Por ejemplo, con el cine amateur, el cine comunitario, el *cinema de bordas*, el cine militante y el cine familiar. No obstante, más allá de los aspectos comunes resulta también importante especificar los aspectos específicos de estas producciones, en su mayoría vinculados a las condiciones de producción y de circulación, que podríamos agrupar bajo la idea de “lo escolar”. En este sentido, las producciones audiovisuales periféricas pueden ser “menores” pero son relevantes y la categoría de géneros discursivos, si bien se complejiza y se relativiza en escenarios con alta producción discursiva, sigue siendo relevante para pensar procesos de producción discursiva en el campo de la comunicación y en el de la educación.

Es posible afirmar que estas experiencias educativas promueven alfabetizaciones (en plural) en las que convergen lenguajes y narrativas diferentes. En esta articulación están presentes los géneros y formatos más usados por los medios masivos de comunicación, incorporados a partir de los/as jóvenes en condición de consumidores. Pero también es posible observar procesos de resignificación en los que emergen otros lenguajes (no mediáticos) que ya tenían una presencia en los escenarios escolares, así como también otros usos de los lenguajes que dan lugar a nuevos modos de contar.

Bibliografía

BAJTÍN, M. ([1979] 2005) El problema de los géneros

discursivos. En BAJTIN, M. *Estética de la creación verbal*. Buenos Aires: Edit. Siglo XXI.

DAYRREL, J. (2007). ¿A escola faz juventudes? Reflexões em torno da socialização juvenil. *Revista Educ. Soc.* 28, pp. 1105 - 1128.

FALCONI, O. (2004) Las silenciadas batallas juveniles. ¿Quién está marcando el rumbo de la escuela media hoy? *KAIRÓS, Revista de Temas Sociales* N°14.

JOST, F. (1997) La promesse des genres. En *Rev. Réseaux* Nro 81. París : CNET. Pág. 1-20.

ODIN, R. (2006) “Arte y estética en el campo del cine y la televisión. Enfoque semiopragmático.” En *Revista La Puerta*. La Plata, Argentina: Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de la Plata.

PLAZA SCHAEFER, V. (2013) “Producción audiovisual en escuelas secundarias: Algunas reflexiones acerca de sus potencialidades en tanto propuestas educativas para los y las jóvenes. *Revista Toma Uno* No 2 PP. 197-209.

STEIMBERG, O. ([1993] 2013b) Propositiones sobre el género. En *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Buenos Aires: Edit. Eterna Cadencia. Págs. 45-96

TYACK, D. y CUBAN, I. (2001) En busca de la utopía. Un siglo de reformas de las escuelas públicas, 2da edición en español. México: Fondo de Cultura Económica.

VERÓN, E. ([1987] 1993) *La semiosis social*. Barcelona: Edit. Gedisa.

WEISS, E. (2012) Los estudiantes como jóvenes. El proceso de subjetivación. *Perfiles educativos* N°135. UNAM.

VALORIZAR LAS TESINAS AUDIOVISUALES

Ramé, Vanina

FCC - UNC / vaninarame@gmail.com

Minchaca, Isabel

FCC - UNC / isabelminchaca@gmail.com

Galán, Marcos

FCC - UNC / marcosgalann@gmail.com

Palabras claves: circulación; producciones audiovisuales; educación superior; tic; archivo

Desde la carrera Comunicación Social dictada en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Nacional de Córdoba se producen innumerables audiovisuales en respuesta a determinadas consignas, trabajos prácticos, ejercitaciones. Particularmente, las tesinas de grado que se presentan en soporte o lenguaje audiovisual se archivan en la biblioteca de la FCC y desde allí se completa parte del proceso de circulación del material audiovisual: aquellas/os personas, públicos, colectivos que lo deseen, pueden consultar el film, verlo, analizarlo y/o tomarlo como referencia ante eventuales desarrollos.

Las producciones realizadas desde la universidad constituyen parte del patrimonio documental. Potenciar sus procesos de circulación es un modo de valorizar las narrativas universitarias como elementos propios de la cultura institucional, las cuales además, representan una manera de mirar el mundo.

Sabemos que las tecnologías en comunicaciones digitales han propiciado la transformación del escenario de la producción audiovisual; la convergencia comunicacional ha rediseñado los procesos de circulación, visibilización y reproducción cultural provocando el aumento de la accesibilidad, la instantaneidad en los modos de distribución y exposición de los materiales.

En este escrito describimos el proceso de sistematización y digitalización del catálogo de tesinas audiovisuales que se archivan en la biblioteca de nuestra facultad y promovemos la creación de una plataforma multimedial que posibilite un mayor acceso, resguardo y circulación de este material cultural universitario.

Introducción

Las tesinas de grado

La tesina es el requisito final para acceder a una titulación de una carrera universitaria y consiste en un trabajo de investigación o producción final. Esta producción debe ser demostrada de manera escrita y se evalúa mediante un jurado o tribunal. En todos los casos se trata del requisito para culminar una carrera universitaria. En resumen, se trata del trabajo final que da por finalizado un recorrido académico, y que consiste en la elaboración de un producto que sistematiza saberes y competencias adquiridas a lo largo de dicho recorrido. (Iglesias y Resala, 2013).

En cuanto al alcance de los trabajos finales de grado, éstos deben resolver un problema previamente planteado y bajo un procedimiento de razonamientos lógicos que de coherencia a la totalidad del trabajo. Además debe realizar un aporte en tanto la caracterización exhaustiva de un caso, en cuanto sugerencias para modificar procesos de gestión, proceso de trabajo, estrategias de producción o elaboración de un producto. Siguiendo a Iglesias y Resala (2013), “un trabajo final puede dar la posibilidad de aprender a partir de la construcción y no solo mediante la repetición de conocimientos. Es más, podemos pensar el trabajo final de grado como una primera instancia hacia la posibilidad de integrar futuros conocimientos”. (2013:19).

Pertinencia audiovisual al campo de la educación superior

Actualmente nos encontramos en un contexto sociocomunicativo caracterizado por la hipermediación³³ (Scolari, 2008) donde prevalecen “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2008:113). Este escenario multimedial, es oportuno para reflexionar analíticamente acerca del lenguaje audiovisual y sus continuidades en el campo de la educación superior ya que este tipo de lenguaje ocupa el rol de sostén narrativo en la multiplicación tecnológica (Bernárdez y Rinaldi, 2013:9). Y en función a ello, asiste a procesos de reformulación y adaptabilidad al entorno dinámico. Los impactos de las tecnologías de comunicación e información (en adelante TIC) en el ámbito educativo tienden a modificar hábitos y modalidades de vinculación que ponen a la comunidad académica en el desafío de

33 Retomando los planteamientos mediacionales expuestos por Jesús Martín-Barbero en los años ochenta, Scolari señala la importancia de pasar del análisis de los nuevos medios digitales (*los objetos*) al de las hipermediaciones (*los procesos*).

transformar las diferentes estrategias pedagógicas y de abordaje del campo.

En tiempos de convergencia tecnológica, se nos presentan alternativas de trabajos áulicos capaces de ofrecer modalidades de aprendizaje no sólo emparentadas con la interpretación de las imágenes, sino instaurando maneras de vincularnos con el conocimiento donde intervienen todos nuestros sentidos en una comunidad de docentes-estudiantes. De acuerdo a este aspecto, la convergencia puede entenderse en dos aspectos: Por un lado, en referencia a las posibilidades multitecnológicas y que experimentamos al tomar un mismo teléfono celular tanto para sacar fotografías, enviarlas, rediseñarlas y proyectarlas mientras mantenemos una comunicación a través de las redes sociales, correo electrónico, leemos el diario o escuchamos la radio on line.

Por otro lado, este concepto nos presenta un escenario productivo heterogéneo donde se fusiona la propiedad de medios entre varias empresas de entretenimiento, periodísticas y telecomunicaciones.

La manera en que percibimos el mundo, el modo en que nos vinculamos con los demás tanto en nuestros ámbitos laborales como académicos y todas nuestras vivencias están en concordancia con las transformaciones culturales y son parte de ellas. En este proceso, los cambios de las tecnologías de comunicación actúan en simultáneo con las modificaciones en la cultura provocando cambios en lo simbólico y cultural.

Circuitos de circulación

En este entorno hipermediado, hacemos referencia a los ámbitos y circuitos de circulación de esas producciones universitarias. Actualmente, la mayoría de los audiovisuales se realizan para responder a los fines académicos y su ámbito de recepción es la instancia donde se desarrolla la presentación de la tesina. Por lo que el audiovisual se muestra mediante aparatos de proyección provistos por las instituciones y también según lo dispongan las unidades académicas, estos videos deben alojarse en repositorios institucionales digitales³⁴ y materiales, como lo son las bibliotecas o centros de producción audiovisual. En otras ocasiones, muchas obras encuentran espacios de circulación en eventos y actividades propuestas desde el ámbito universitario u otras organizaciones interesadas acerca de las temáticas planteadas en los audiovisuales. En estos casos, siempre impera la motivación que tengan las/os realizadoras/es en mostrar sus productos. Sin embargo, desde nuestra

34 En Argentina, desde el año 2011, bajo la Resolución Ministerial N°469/11, se encuentra en funcionamiento el Sistema Nacional de Repositorios Digitales (SNRD) enmarcado en el [Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva](#) conjuntamente con el Consejo Interinstitucional de Ciencia y Tecnología (CICyT).

perspectiva, consideramos que las tesinas audiovisuales representan parte del patrimonio cultural universitario y que, como integrantes de la comunidad educativa nos corresponde su resguardo y circulación.

Propuesta y métodos de trabajo

Valiéndonos de los desarrollos tecnológicos, un equipo de docentes, egresadas/os, investigadoras/es y representantes de la biblioteca y del área de sistemas de nuestra FCC, nos encontramos desarrollando el minucioso trabajo que consiste en el alojamiento del catálogo de producciones audiovisuales realizadas como trabajos finales de grado en soportes multimediales de carácter institucional. Esta labor cumplirá dos objetivos: Por un lado, la preservación del material audiovisual y, por otro lado, favorecerá la accesibilidad en las consultas y visibilización para que las tesinas puedan ser retomadas, difundidas y puedan estimular y/o profundizar líneas de temáticas de interés para nuevas indagaciones académicas.

Cabe señalar que esta actividad recupera el arduo trabajo realizado por los equipos de investigación dirigido por la Mgter. Mariela Parisi con subsidio Secyt-UNC desde el año 2012 y que a su vez el catálogo fue actualizado por la docente Vanina Ramé como parte de su investigación de Tesis Doctoral.

En la actualidad, en el marco del actual proyecto de investigación nos abocamos a la tarea de sistematización y digitalización del material audiovisual. Para ello, nos propusimos trabajar en dos etapas: La primera etapa de Coordinación y Ejecución la cual comprendió un lapso entre los meses de Septiembre de 2018 y Mayo de 2019, donde generamos las gestiones pertinentes con el área de Comunicación Institucional de la FCC; Sistemas y la Biblioteca mediante las cuales establecimos criterios para la digitalización del catálogo de las producciones audiovisuales que se presentan como Trabajos Finales de la Licenciatura en Comunicación Social de la FCC. Para ello trabajaremos en conjunto desde la cátedra Narración Televisiva I, la Biblioteca de la FCC y el área de Comunicación y Sistemas fortaleciendo los procesos institucionales y posibilitando el desarrollo del catálogo mediante un acceso puntual desde el sitio web de la FCC. En las instancias de consulta del material de archivo, prevemos las revisiones de los procedimientos de entrega de las tesinas de modo de sostener la auto sustentabilidad y la actualización automática del catálogo.

La segunda etapa, comprendida entre los meses de Junio y Septiembre de 2019 está destinada a la presentación formal del catálogo a la comunidad educativa donde organizaremos capacitaciones a las/os interesadas/os en general, acerca de los modos de consulta y registro que posee el catálogo.

Procuramos que este proyecto sea de utilidad a la

comunidad educativa profesionalizando un proceso que fomenta el vínculo entre la academia, las/os estudiantes, tesis y egresadas/os; alojando en un catálogo producciones que son parte de la cultura institucional. Concretamente será un medio de consulta para futuros trabajos finales de carrera (de otras carreras, universidades y posgrados), para los diferentes espacios académicos (cátedras, proyectos de extensión, investigaciones), que fomentará el acceso a la biblioteca por parte de los/as diferentes actores académicos y para propiciar la circulación de productos comunicacionales realizados por egresadas/os.

Conclusiones

Por tratarse de audiovisuales que surgen a partir de instancias formativas, abordamos a la educación como el proceso de transformación y creatividad promotora de la experiencia. Pretendemos aportar desde la comunicación nuevas maneras para construir y deconstruir la memoria institucional a través de imágenes y sonidos. Estas imágenes se conciben como auténticos retratos de la vida institucional educativa y en todos sus estadios se produce experiencia: tanto en su gestación, producción y revisión, archivo y recepción. El mostrar(se) y ver(se), posibilita el desarrollo de unas miradas mediante las que las/os realizadoras/e se reconocen y reinventan.

Estas narraciones estudiantiles posibilitan aprendizajes tanto desde el momento en que son elaboradas como también al ser escuchadas u observadas; ya que el ejercicio del narrar supone aprender a sistematizar y ordenar los acontecimientos en una estructura de sentido. Asimismo, estos relatos organizados según datos y eventos significan el mundo y esta significación responde a una serie de parámetros determinados por la subjetividad de las personas.

Bibliografía

- Bernárdez, M. y Rinaldi, L. (2013). Enfoques desde la producción audiovisual. La Crujía. Apuntes de Comunicación/Gabriela Cicalese: Buenos Aires.
- Iglesias, G. y Resala, G. (2013). Elaboración de tesis, tesinas y trabajos finales. Diferentes modalidades. Pautas metodológicas. Indicadores de evaluación. Colección Universidad. Ed. Noveduc: Buenos Aires.
- Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Cibercultura. Gedisa. Editorial.

PLANIFICANDO UNA EDUCACIÓN TRANSMEDIA

Restagno, María Alejandra

FCC - UNC- IPEM 310 Puerto Argentino.

alejandrarestagno@gmail.com

Arias, Nancy

FCC - UNC, IPEM 138 Jerónimo Luis de Cabrera

nancybarias@gmail.com

Palabras claves: comunicación; educación; nuevas tecnologías; alfabetización transmedia; cibercultura

Los medios de comunicación y sus renovadas formas, las redes sociales, ocupan gran tiempo de nuestra existencia. En este nuevo ecosistema comunicacional, el metamedio informático influye en las técnicas de conocimiento de la humanidad. Resulta entonces imperativo que la escuela asuma su rol en la alfabetización digital y acepte el desafío de ser el espacio donde el encuentro para enseñar y aprender sucede presencial y colectivamente. Por eso debe comenzar a trabajar activamente con las tecnologías digitales, a apropiarse de ellas desde una mirada elucidada y no sólo a pasteurizarlas para que pasen el filtro de lo escolarmente aceptable. Sin embargo, es preciso encontrar el equilibrio entre preparar a nuestros estudiantes para disputar sentido en el ciberespacio y entrenarlos para ser consumidores cada vez más dependientes del mercado y menos autónomos en la toma de decisiones vitales. “El viaje del cronista” es una planificación transmedia de Lengua y literatura para Tercer año del Ciclo Básico que se encuentra en aplicación en el IPEM 138 Jerónimo Luis de Cabrera, una escuela pública, céntrica y centenaria de la Ciudad de Córdoba, Argentina. Esta propuesta invita a cada estudiante a convertirse en un cronista en búsqueda de una historia de la ciudad para contar.

Pensando una educación transmedia

Es un hecho que la tecnología atraviesa nuestras vidas. En particular las TIC nos configuran como usuarios, modelan nuestros hábitos de consumo y nuestra gestión de la comunicación. Según Henry Jenkins nos toca llevar adelante nuestra existencia en el ciberespacio, donde una nueva ecología de medios es posible en el marco de la convergencia de una serie de tecnologías, aplicaciones, habilidades y voluntades de una inteligencia colectiva. Negar esto sería una necedad, pero en las escuelas (lugar por antonomasia del simulacro) muchas veces se pretende

que la configuración de la sociedad actual sea la del siglo pasado (o aún peor, la del anterior). Esta negación sólo pone a la escuela en un lugar fuera del mundo, aislándola de la vida social y de la realidad donde estudiantes y docentes llevamos adelante nuestras vidas. Sin embargo, aceptar “las cuestiones del siglo” no significa adoptar una mirada tecnófila totalmente “integrada” que no ponga en discusión aquellos aspectos nocivos para los seres humanos. Éric Sadin (2018), nos alerta sobre los peligros de lo que él llama la Silicolonización, la “industria de la vida” frente a la cual las personas nos quedamos sin formas de resistencia frente al capitalismo más salvaje y feroz que intenta monetizar todos los flujos de la vida.

Lo cierto es que vivimos hoy atravesados por la tecnología y los medios de comunicación en sus nuevas y renovadas formas ocupan gran tiempo de nuestra existencia. En ese nuevo ecosistema mediático, paradigma que tiene su raíz en los estudios de McLuhan sobre la ecología de medios, donde los medios de comunicación aparecen “evolucionados”, interactuando y cambiando a cada vez mayor velocidad, es donde el metamedio informático, en palabras de Lev Manovich (2012), se caracteriza por una expansividad permanente que influye en las técnicas de conocimiento de la humanidad: “Convertir todo en datos y usar algoritmos para analizarlos cambia lo que significa conocer algo (...) hablamos de una epistemología del software”. Los modos que asume el aprendizaje en la sociedad del conocimiento atravesada por la cibercultura son novedosos y diversos. Nuestros estudiantes no están aprendiendo de la misma manera que lo hacía nuestra generación o las anteriores y esto representa un desafío para las didácticas. Conocemos hoy a través de diversas interfaces (más o menos transparentes), imbricados en la cultura colaborativa (ya no sólo humana, pensemos por ejemplo en la inteligencia artificial o en la realidad aumentada) y en este contexto generamos, compartimos, refutamos conocimiento. ¿Cómo podemos pensar entonces en una escuela alejada de este universo transmedia, digital, colaborativo y atravesado por el cambio constante? Encontramos en las palabras de Carlos Scolari un camino posible: ¿Se puede pasar de una pedagogía de la enunciación que encuentra su correlato en el broadcasting a una pedagogía de la participación que halla el suyo en la comunicación transmedia?

Sin embargo, debemos tener en cuenta que esta lógica transmedia se ha acoplado a la lógica de la cotidianeidad, es decir que ha invadido nuestra vida laboral, amorosa, familiar, económica, política, en fin, todos los aspectos de la vida social y privada de las personas. Las formas que asume, en el marco de esta invasión, la apropiación de los tecnomedios por parte de los diversos grupos sociales se ve predeterminada por el poder de las grandes empresas dueñas de los datos y las tecnologías y por el propio uso que las personas hacen de las pantallas; “de la noche a la mañana, el 95% de los sujetos que estudiamos pasó a tener un sensor de sí mismo 24 horas al día. Los biólogos siempre dijeron “eso no es ciencia, no tienen datos. Pero ellos no saben dónde están las ballenas en el mar. Hoy nosotros sí sabemos dónde están las personas, pero también sabemos qué compran, qué comen, cuándo

duermen, cuáles son sus amigos, sus ideas políticas, su vida social”, dice Martin Hilbert, experto en big data. Las tecnologías tienden a crear ambientes que conllevan ciertas reglas, ciertos órdenes de poder y sobre todo implican la convivencia de diversas especies tecnológicas dentro de cada “burbuja”. En la época de lo digital, la cibercultura sienta sus bases en la interactividad, la hipertextualidad y la conectividad. Es en este ecosistema comunicacional donde la colaboración entre usuarios, la cultura colaborativa, los contenidos generados por el usuario nos permiten pensar una educación transmedia. Y en este marco, el tráfico de mensajes que la comunicación transmedia pretende gestionar, no sólo precisa canales, sino cuerpos y mentes que expandan el relato base, lo intervengan, lo distorsionen, se lo apropien, lo cuenten, lo interpreten, lo pongan en escena. Aquí habría que acudir a los conceptos de performatividad en tanto acción corporizada, como lo explica Judith Butler (2017): “(...) los cuerpos, en las reuniones, dicen que no son prescindibles, aunque no articulen palabra” He aquí la riqueza de la escuela como lugar de encuentro de esos cuerpos, de esos cuerpos infantiles y juveniles que sometemos a la inmovilidad, que disciplinamos a los habitus escolares y que aún así guardan la posibilidad del contacto, del encuentro, de la interacción y del diálogo. Axel Rivas (2014) decía que como nunca tenemos una gran cantidad de población incluida dentro las aulas, pero ellos no quieren aprender lo que tenemos para enseñarles. Esta paradoja de la escuela actual nos enfrenta a la necesidad de actualizar no ya el rol de la escuela sino el paradigma mismo que se encuentra en las bases de los sistemas educativos.

La posibilidad que brinda el alfabetismo transmedia para contrarrestar la automatización de la recepción vuelve a la escuela un lugar estratégico. Por eso pensamos en diseñar experiencias educativas donde los estudiantes tengan un papel activo y desarrollen las competencias comunicacionales que los nuevos tiempos requieren. En este punto pensar una educación transmedia supone una decisión ética de quienes trabajamos en las escuelas. Esta nueva perspectiva que viene desde el mundo del marketing nos ubica en el rol de consumidores que deben ser continuamente conminados a continuar consumiendo. Trasladar sin más ese paradigma a la educación es sumamente nocivo para el desarrollo de una ciudadanía plena, en el marco de la inclusión y la ampliación de derechos. Por esto resulta imperativo que la escuela (como el software) “tome el mando” y comience a trabajar activamente con las TIC, a apropiarse de ellas desde una mirada elucidada y no sólo a pasteurizarlas para que pasen el filtro de lo escolarmente aceptable. Encontramos en los estudios realizados por la Dra. Susana Morales sobre el paradigma de la apropiación una respuesta a estos interrogantes. Dentro de los procesos de apropiación, la profesora nos habla de: “Las prácticas a través de las cuales los sujetos (individual y colectivamente, desde las organizaciones sociales, políticas y sindicales), habiendo realizado una elucidación crítica acerca de los condicionamientos económicos, tecnológicos, sociales e ideológicos que acompañan la presencia de los medios de comunicación y las TIC existentes en su contexto

inmediato y los discursos que ellos vehiculizan, expresan en la creación y uso de nuevos medios y discursos, su deseo y libertad de manifestar sus propias necesidades, convicciones e intereses, en el marco de la construcción de proyectos de autonomía individual y colectiva”. (Morales, 2009)

En definitiva, la escuela debe reconocer su importancia en la alfabetización digital y aceptar el desafío de ser el espacio donde el encuentro para enseñar y aprender sucede presencial y colectivamente en un mundo cada vez más individualista, virtual y competitivo. En medio del ciberespacio, la escuela como lugar de reunión físico, afectuoso, cotidiano, se presenta como la posibilidad real del encuentro de la comunidad. Encontrar el equilibrio entre preparar a la comunidad educativa para disputar sentido en el ciberespacio y entrenarlos para ser consumidores cada vez más dependientes del mercado y menos autónomos en la toma de decisiones vitales, presenta un desafío para los sistemas educativos de todos los países y en ese punto la pedagogía latinoamericana desde la mirada de la educación popular y los estudios sobre educocomunicación, tienen mucho que aportar.

Como investigadoras en formación y docentes experimentadas en el nivel secundario, pensamos realizar nuestro aporte al equipo de investigación desde el campo de la educación formal. Nuestra propuesta consiste en el diseño e implementación de una planificación anual en base a una propuesta transmedia para el espacio curricular Lengua y literatura de tercer año del ciclo básico de educación secundaria. Escribir una planificación transmedia supone crear un pequeño universo en el que se desarrollará la experiencia educativa, pero a diferencia de una escritura tradicional, el resultado final será una mixtura de autorías, de ideas, un entramado de posibilidades cuyos límites no son precisos. En esta propuesta cada estudiante de Lengua y Literatura de Tercer año se convertirá en un cronista en busca de una historia de la ciudad para contar. Para lograrlo deberá emprender un viaje a través de diversas estaciones (experiencias, actividades) donde irá recolectando datos, entrevistando protagonistas, investigando y registrando todo aquello que considere de valor para su misión: escribir una crónica que se publicará en una Antología digital y lograr así la recompensa final: aprobar la materia.

Bibliografía

BUTLER, J. (2017) Cuerpos aliados y lucha política. Hacia una teoría performativa de la asamblea (1ª edición). Barcelona: Paidós Básica.
 CASTELLS, Manuel (2005). La era de la información: economía, sociedad y cultura, Volumen 1. Siglo veintiuno editores.
 HOPENHAYN, Daniel (2017): Artículo on line: Martin Hilbert, experto en redes digitales: Obama y Trump usaron el Big Data para lavar cerebros en The Clinic on line. Disponible en: <https://www.theclinic.cl/2017/01/19/martin-hilbert-experto-redes-digitales->

obama-trump-usaron-big-data-lavar-cerebros/IRIGARAY, F. LOVATO, A. Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías - 1a ed. - Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2015. Libro digital, PDF
 MANOVICH, Lev (2012). El software toma el mando. Traducción de Software Takes Command (versión del 30 de septiembre de 2012, publicada bajo licencia Creative Commons en manovich.net) por Everardo Reyes-García.
 MORALES, S. (2013): Apropiación tecno-mediática: el capitalismo en su encrucijada, en Morales, S. y Loyola, M.I.: Apropiación tecno-mediática: aportes para su análisis. Imago Mundi, Bs. As.
 ORIHUELA, José Luis (1999) “El narrador en ficción interactiva. El jardinero y el laberinto” en Quién cuenta la historia. Estudios sobre el narrador en los relatos de ficción y no ficción, publicado por Ediciones Eunate, AAVV, Pamplona, 1999.
 PAJARES TOSCA, Susana (1997) “Las posibilidades de la narrativa hipertextual”, Espéculo, 6, julio-octubre. (http://www.ucm.es/info/especulo/numero6/s_pajare.htm)
 RIVAS, Axel (2014) Revivir las aulas: un libro para cambiar la educación. Debate.
 SCOLARI, Carlos (Ed.) Adolescentes, medios de comunicación y cultruas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula. TRANSLITERACY H2020 Research and Innovation Actions. Marzo de 2018 Disponible en: Transmedialiteracy.org

EDUCACIÓN SEXUAL INTEGRAL: UNA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN SITUADA

Núñez Rueda, Ana Laura

CEA - FCS - UNC / nanu.snm@gmail.com

Palabras claves: educación/comunicación; educación sexual integral; educación y género; educación con perspectiva feminista; identidad y experiencia

Pensar la práctica

La escuela

El IPEN n° 198 está ubicado en el barrio Poeta Lugones, en la zona norte de la ciudad de Córdoba. Cuenta con una población escolar de 520 alumnxs. Tiene 16 cursos en total. Cuenta con la orientación Turismo, orientación

Economía y Gestión y con la orientación en Artes: Artes Visuales, que se abrió este año. El corriente año se reabrió el turno tarde. Esta modificación y apertura de la nueva orientación trae la posibilidad de ingresar nuevxs docentes en la escuela. Asimismo, que genera el desafío del crecimiento de la matrícula de estudiantes.

A la escuela asisten jóvenes de barrios aledaños y, sobre todo, de Sol Naciente y barrio IPV. Si bien, no es una escuela urbano marginal en su ubicación, muchxs de lxs jóvenes que asisten previenen de los sectores populares. 90 niñxs y jóvenes comen en el PAICOR.

En materia de género y educación sexual integral la escuela presenta un convenio con el Hospital Neonatal, donde distintas especialistas asisten cada quince días para dar asesoría a lxs jóvenes y dar charlas por los cursos. No obstante, se presentan núcleos problemáticos en el abordaje de la sexualidad desde una perspectiva de derechos y feminista dado que lxs actorxs adultxs involucradxs en la trayectoria escolar de lxs jóvenes presentan resistencias a la desnaturalización de ciertas prácticas institucionales y discursos de “reprivatización” (Fraser, 1989) que se oponen a las formas “opositoras” del discurso hegemónico, que en este caso estarían encarnadas por el feminismo. En consonancia, las prácticas disruptivas generan rechazo, como el uso del lenguaje inclusivo o el debate sobre el aborto, y las prácticas que, por ejemplo, justifican la división sexual del trabajo áulico entre hombres y mujeres, se naturalizan y justifican atribuyéndole cualidades a la esencia “de lo masculino” y “lo femenino”.

Problema

Partiendo del cruce estratégico de comunicación/educación, asumiendo su conflictividad, su politicidad y, sobre todo, su horizonte transformador (Huergo, 2011) es que se piensa en este problema de intervención: ¿De qué modo se puede incidir, pensando a la escuela como un mediador sociocultural (Barbero, 2002) atravesada por la mediatización (Mata, 1991), en una cultura escolar heterogénea (Rockwell, 1996)³⁵, donde coexisten

35 “Una concepción alternativa de la dinámica cultural permite ver una escuela heterogénea, contradictoria, a la cual asisten estudiantes que en algún nivel fundamental son iguales, y que usan sus propios recursos culturales dentro de complejos procesos de apropiación, resistencia y supervivencia, generados en la misma escuela. Las historias y los ordenamientos específicos de las escuelas en cada región o localidad determinan diversos procesos culturales. En algunos contextos, la escuela genera transformaciones importantes; en otros, su dinámica es fundamentalmente de reproducción de contenidos ideológicos y de relaciones de clases, de etnia y género. En unos casos, la escuela puede tener efectos de destrucción cultural (...). En otros, abre posibilidades para la construcción de redes y significados alternativos que constituyen los únicos espacios de encuentro con un patrimonio cultural que debe ser

diversos discursos sobre la sexualidad y el género – en el que el hegemónico sigue siendo el biologicista y heteronormativo-, en las experiencias de lxs jóvenes, desde una perspectiva feminista, respecto a su sexualidad, las identidades de género y el respeto a la diversidad?

Objetivos

Objetivo general

- Realizar una serie de acciones en el año 2019 que abonen a desnaturalizar ciertas prácticas institucionalizadas y a socavar los discursos hegemónicos sobre sexualidad, género y diversidad en la escuela desde el lenguaje de experiencia y las identidades de lxs jóvenes.

Objetivos específicos

- Realizar dos jornadas a lo largo del año sobre sexualidad, género y diversidad, enmarcadas en las “Jornadas Educar en Igualdad³⁶”, pensadas desde una lógica taller donde se trabaje desde las experiencias de lxs sujetxs y el carácter político, posicional y estratégico de las identidades.

- Trabajar con las profesionales del Hospital Neonatal estrategias de intervención áulica donde se tensionen ciertas prácticas institucionalizadas no desde el “saber experto” sino desde el “lenguaje de la experiencia” (Larrosa, s.f.).

- Acompañar, desde un lugar estratégico, a lxs estudiantes que presentan “discursos de oposición” al hegemónico y que son silenciadxs por lxs actores institucionales.

- Visibilizar prácticas que naturalizan las desigualdades de género, la heteronormatividad y el rechazo a la diversidad desde el dialogo (Da Porta, 2011) con lxs distintxs actores.

Debate teórico

Comunicación/cultura/política y género

Asumiendo a la comunicación como un campo estratégico para la transformación social y al género³⁷ no solo como una categoría de análisis, sino como una dimensión que está encarnada en los cuerpos y las subjetividades, es que

colectivo”(Rockwell, 1996; 35).

36 Ley 27.234

37 “La construcción sociocultural e histórica que define y da sentido a la sexualidad, y que conforma un sistema de poder que se realiza por medio de operaciones complejas, a través de normas, tradiciones, prácticas, valores, estereotipos. Estos se producen y reproducen en los discursos públicos que circulan en las instituciones sociales y habilitan, limitan y/o restringen las prácticas, esquemas de percepción y conductas de los/las individuo/as como seres sexuados desde una concepción heteronormativa, androcéntrica y, por lo tanto, excluyente” (Rosales & Ledesma, 2012;4).

el cruce comunicación/cultura/política y género cobran central importancia para este proyecto de intervención, ya que problematizar el género implica “un punto base que es necesario indagar y desandar para comprender las posibilidades de acción de lxs individu@s en un contexto sociocultural donde se da el cruce de los sistemas de fuerzas coercitivas con la capacidad de agencia de los actores que desde la subjetividad son capaces de apropiarse, negociar o cuestionarlo, entre la reproducción de su lógica y la capacidad de transformarla” (Rosales & Ledesma, 2012;5). En ese sentido, “trabajar la comunicación desde un enfoque de género comprendido como la construcción cultural de las sexualidades, es trabajar a favor del acceso y participación en las manifestaciones de la vida cultural, la libertad de expresión, el derecho a la información, la educación y esparcimiento sin restricciones ni diferencias según lo que seamos, promoviendo además que el Estado garantice estas acciones” (p.7).

Para Nancy Fraser (1991) hay tres tipos de discursos sobre necesidades en las sociedades capitalistas. Primeramente, “las formas ‘opositoras’ del discurso, que surgen cuando las necesidades se politizan ‘desde abajo’” (p.20), en este caso de intervención, encarnadas por el feminismo. Seguidamente, los discursos de “reprivatización”, que siempre aparecen en respuesta a los opositores. En este caso, el discurso de las iglesias y la familia; “éstos articulan arraigadas interpretaciones sobre las necesidades que anteriormente ni siquiera tuvieron que formularse” (p.20). Por ejemplo, el resonante “con mis hijos no te metas”, sería un discurso de reprivatización sobre el discurso opositor a lo hegemónico del feminismo, que manifiesta la necesidad de volver ciertos temas al ámbito de lo “doméstico”. Por último, está el discurso de “expertos” sobre las necesidades, que vinculan a los movimientos populares con el Estado que muchas veces adquiere un discurso terapéutico o administrativo que, si bien toma las necesidades, no las termina resolviendo del todo.

El campo comunicación/educación

El campo comunicación/educación (Huego, 2000) surge como una articulación transdisciplinar que toma como punto de partida el cruce comunicación/cultura. Este “territorio” (Morabes, 2010;76) “entiende a la comunicación en la cultura como un proceso solo comprensible desde y en las prácticas de los sujetos históricamente situados” (Morabes, 2010; 68). Paula Morabes plantea que el surgimiento de este territorio posibilitó para la investigación en educación y comunicación la posibilidad de “ensanchar el horizonte” y acercar las investigaciones y las intervenciones, “al considerar la producción de conocimientos a partir de y en las prácticas sociales de los sujetos; y en segundo lugar, en función de permitirnos pensar a la comunicación/

cultura más allá de, y al mismo tiempo atravesando, los productos u objetos culturales y tecnológicos” (p.68). Asimismo, que permite asumir las tensiones de la propia indefinición que este “territorio” comunicación/educación que provoca abrir la mirada epistemológica, donde las prácticas de intervención generan un desplazamiento de la tradicional división entre asuntos internos y externos de la ciencia y posicionan al poder y a la ideología como imprescindibles. Por último, este cruce educación/comunicación permite “desafiar la instrumentalidad y la falsa dicotomía teoría-práctica en los procesos de investigación e intervención” (p.68). Por su parte, se toma como central las propuestas de la autora en cuanto a las estrategias posibles desde la comunicación/cultura para llevar adelante investigaciones e intervenciones en el territorio de la educación/comunicación, estas son: perspectiva cualitativa y vigilancia epistemológica. Metodológicamente nos propone “para el abordaje cultural que postula la consideración independiente pero articulada de cuatro niveles: estructural, trayectorial, situacional y simbólico” (p.77).

Identidad y experiencia: nociones para pensar la intervención

En la actualidad, los discursos y las instituciones ya no pueden interpelar a una sola dimensión de la identidad, ni pensarla de manera fija e invariante, y se comienza a cuestionar el modelo binario rígido de la sexualidad humana, a darse revisiones cada vez más profundas de las instituciones sociales y a elaborarse discursos que buscan un modo de ser y estar en el mundo que nos represente a todxs. Sumado a eso, la puesta en jaque del “saber experto” de ‘la sociedad de la información’ y las culturas juveniles que experimentan formas del saber no secuenciales, en proceso de transformación de sus percepciones, los saberes, la atención y la memoria (Huego, 2010). Es por ello por lo que la noción de experiencia e identidad cobra un sentido necesario para el presente proyecto de intervención, posicionándose desde “el interjuego entre identidades y subjetividad” que propone Jorge Huego, esto es “las articulaciones que se producen entre lenguaje y experiencia en la formación subjetiva. No es otra cosa que comunicacional tanto la construcción y la obturación de la experiencia operada, como la posibilidad de autonomía y liberación (2010; 6)”. Así el autor plantea que a la pregunta ¿quiénes somos? Hay que sumarle la pregunta ¿dónde estamos? En ese sentido, se entiende a identidad, siguiendo a Stuart Hall como “un concepto estratégico y posicional” (2003; 17), no puede seguir siendo teniendo un sentido esencialista. Asimismo, “las identidades nunca se unifican y, en los tiempos de la modernidad tardía, están cada vez más fragmentadas y fracturadas; nunca son singulares, sino construidas de múltiples maneras a través de discursos,

prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos. (p. 17).

En cuanto a experiencia, Larrosa retomado por Da Porta dice “es aquello que nos acontece y nos afecta de algún modo como sujetos, un evento que deja marcas, efectos y nos transforma” (2017;6). Pero, “aquello que le acontece al sujeto, requiere de un proceso de atribución de sentido, necesita ser interpretado en algún modo por él. Por eso la experiencia es del orden de la subjetividad porque es vivida por alguien” (p. 6). Además, Da Porta brinda la noción de experiencia escolar mediatizada, asumiendo que las “influencias distantes entre tiempo y espacio”, que la mediación tecnológica provoca en las subjetividades, se caracteriza por “deslocalizar y desincronizar las interacciones entre los sujetos y relocalizarlas en otras escalas, generando instancias experienciales complejas, múltiples, híbridas y yuxtapuestas” (p.6). Esta categoría toma importancia para el proyecto de intervención dado que tener en cuenta las mediaciones tecnológicas en las subjetividades de lxs estudiantes es central para entrar en diálogo, en un lenguaje de la experiencia, con ellxs.

Jorge Larrosa (s.f) da algunas nociones sobre cómo pensarla experiencia que son centrales para el presente proyecto. El autor nos propone salir de los moldes del saber experto, del racionalismo, de la idea de experiencia como sinónimo de experimento y entrar en el par experiencia/sentido para pensar las prácticas dentro de la escuela, “dignificar y reivindicar (...): la subjetividad, la incertidumbre, la provisionalidad, el cuerpo, la fugacidad, la finitud, la vida” (p.4). Asimismo, le atribuye una dimensión pasional. Por ello, “la experiencia sería el modo de habitar el mundo de un ser que existe, de un ser que no tiene otro ser, otra esencia, que su propia existencia: corporal, finita, encarnada, en el tiempo y el espacio, con otros” (p.5).

Estrategias metodológicas

Partir entonces desde la identidad y la experiencia como nociones para pensar la intervención es necesario al trabajar con jóvenes mediatizadxs que no le encuentran sentido al modelo de educación que reciben, que no lxs interpela en sus formas de habitar el mundo y que, muchas veces, en términos de experiencia, les deja marcas que favorecen el orden normalizador de esta sociedad. Asimismo, estas dimensiones son estratégicas para que lxs docentes no sientan que se le impone algo desde el saber y que, entonces, entren en juego “las distintas perspectivas teóricas” para abordar la sexualidad, el género y la diversidad, que, en esta escuela en particular, siempre recaen en discursos reprivatizadores; sino relacionarse con ellxs desde el “lenguaje de la experiencia”, que invita a recuperar lo que acontece y deja marcas habilitando el diálogo y la escucha. Poner la conversación, el diálogo

como constructo e ir habilitando formas de vivenciar la escuela que socaven las miradas hegemónicas y permitan a lxs jóvenes experimentar la escuela como un espacio democratizador.

El presente proyecto se asume como estratégico, esto sería no desde la imposición y la confrontación directa con los discursos reprivatizadores, sino, utilizando los espacios legitimados para construir nuevos modos de vincularnos más inclusivos.

Bibliografía

Bárcena, F., Larrosa, J., & Mèlich, J. C. (2006). Pensar la educación desde la experiencia. *Revista Portuguesa de Pedagogía*, 40(1), 233-259.

Da Porta, Eva (2011) “Comunicación y Educación: algunas reflexiones para la búsqueda de nociones estratégicas” en *Comunicación y Educación. Debates actuales desde un campo estratégico*. Gráfica del Sur. Córdoba.

Da Porta, E (2017) *ESCUELAS, MEDIACIONES Y EXPERIENCIAS SIGNIFICATIVAS*. Revista ALAIC. Brasil

Fraser, Nancy: “La lucha por las necesidades: Esbozo de una teoría crítica socialista feminista de la cultura política del capitalismo tardío”, en *Debate Feminista, Del cuerpo a las necesidades*, año 2, vol. 3, marzo, 1991.

Hall, Stuart (2003): “¿Quién necesita ‘identidad?’”, en Stuart Hall y Paul du Gay, *Cuestiones de identidad cultural*, Buenos Aires, Amorrortu, pp. 13-39.

Huergo, J: *Sentidos estratégicos de comunicación/Educación en Da Porta, Eva (comp.) en Comunicación y Educación. Debates actuales desde un campo estratégico*. Gráfica del Sur. Córdoba. 2011

Martín Barbero, J (2002) *La educación desde la comunicación*. Ed. Norma. Bs.As.

----- (1998) “Pistas para entre-ver medios y mediaciones” en *Signo y Pensamiento*, vol. XXI, núm. 41, julio-diciembre, 2002, pp. 13-20 Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia

MATA, M. C. (1999) “De la cultura masiva a la cultura mediática”. En *Diálogos de la comunicación*, N° 56. Bogotá, FELAFACS. Pp. 80-91.

Morabes, P (2010) *La investigación en Comunicación/Educación: problemas epistemológicos y teóricos en la(in) definición del campo*. Rev. Oficios Terrestres. UNLP. Nro 23.

Larrosa, J. (s.f.) Conferencia. La experiencia y sus lenguajes. En *la Formación Docente entre el siglo XIX y*

el siglo XX. Serie Encuentros y seminarios. Pp 1-11.

Rockwell, E. (1996) "La dinámica cultural en la escuela". En: Amelia Álvarez (edit.): Hacia un currículum cultural: la vigencia de Vygotski en la educación, Madrid, Fundación Infancia y Aprendizaje, pp. 21-38.

Rosales, M. B & Ledesma L. (2012) Procesos de comunicación, educación y género desde una perspectiva de la diversidad, en Congreso de Periodismo y Medios de Comunicación, UNLP.

PROCESOS DE CONSTRUCCIÓN DE REPRESENTACIONES SOCIALES DE LAS COMUNIDADES EDUCATIVAS

Prácticas de vinculación con la Estación Ex- perimental Agropecuaria Famaillá, período 2005 - 2017

Ruiz, Adriana del Valle

EEA INTA Famaillá/delvalleadi@gmail.com

Palabras claves: comunicación; educación; representaciones sociales; articulación; comunidades educativas

Antecedentes

El acompañamiento del INTA a las comunidades educativas tuvo sus proyecciones, incorporándose variados temas en un contexto de modernidad donde la educación y el desarrollo agrario son fundamentales para el país y la región.

En este sentido el recorte temporal de 2005-2017, por tanto, resulta significativo porque se presenta como bisagra entre el proceso institucional del PEI y la evaluación de un trabajo con las comunidades educativas que se viene consolidando desde hace tiempo y que no existen registros acerca de estudios del caso.

Intentaremos, a partir de ello, examinar el vínculo que se establece entre las comunidades educativas con el INTA, comprender la realidad de las comunidades educativas

desde la teoría de las representaciones sociales.

Esta propuesta permitirá disponer de un mayor conocimiento en referencia cómo las comunidades educativas construyen los procesos de representaciones sociales sobre Institutos tecnológicos. La necesidad de analizar las trayectorias y proyecciones hasta la actualidad como elemento de modernización donde es importante comunicar y formar a los educandos vinculados al INTA. Se indagan estas características que lo distinguen y, con ello, lo complejizan nutriendo la matriz de sentido que hace al sector educativo a través de estos cambios.

Por lo antes expuesto esta investigación se desarrollará en un organismo de ciencia y técnica; el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).

El INTA es un organismo estatal dependiente de la Secretaria Agroindustria^[1]. Sus esfuerzos se orientan a la investigación e innovación en cuestiones agropecuarias, generando conocimientos y tecnologías^[2].

Esta investigación se realizará en la Estación Experimental Agropecuaria INTA Famaillá.

Identificación del problema de investigación

El problema a abordar fue concertado como: "falta de gestión y articulación del INTA con las comunidades educativas". La formación de recursos humanos como uno de los ejes a poner foco, sobre todo desde las instituciones educativas se expresa en la necesidad de educar y comunicar para caminar de la mano del INTA de acuerdo a las producciones de la zona y sus demandas específicas. La problemática de nuestros ámbitos de convivencia tiene como fondo a la propia sociedad y sus dinámicas. Esto implica tensiones reconocidas y divergencias entre las concepciones que argumentan y promueven ciertas experiencias de quienes están involucrados.

El analizar el proceso de construcción de representaciones sociales sobre la educación y comunicación en comunidades educativas con las que se vincula el INTA en el contexto en que llevan a cabo sus actividades, a su vez, implica analizar tensiones de sentidos de la situación particular de las mismas cuando de apropiación de conocimiento se trata.

Desarrollo

En este trabajo las representaciones sociales son utilizadas para indagar el conocimiento que mediante creencias, tradiciones, contextos ideológicos o públicos, permiten a las comunidades educativas actuar en su contexto y tener un referente sobre su concepción de lo que realiza el INTA. Desde esta mirada nos introduciremos a la definición de representación social.

Moscovici (1979) fue el primero en hablar de las representaciones sociales y de la dificultad de captar el concepto, en parte por razones históricas (vínculo con los mitos, las ideologías, la ciencia) y en parte por su posición mixta, por su ubicación en la encrucijada de una serie de conceptos sociológicos y una serie de conceptos psicológicos.

Fue este autor quien introdujo este tema y en relación a ello planteó el estudio de las representaciones sociales concibiéndolas como el sistema de valores, ideas y prácticas que tiene una doble función: en primer lugar, establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo social, material y dominarlo; y, en segundo término, permitir la comunicación entre los miembros de una comunidad, aportándoles un código para el intercambio social y un código dominar y clasificar de manera inequívoca los distintos aspectos del mundo y de su historia individual y grupal” (Moscovici y Hewstone ;1986:13).

Otro de los autores como Jodelet (1986), trabaja la noción de representación social y nos sitúa en el punto donde se intersectan lo psicológico y social. En pocas palabras el conocimiento espontaneo, ingenuo que tanto interesa en la actualidad a las ciencias sociales ese que habitualmente se denomina conocimiento de sentido común, o bien pensamiento natural por oposición al pensamiento científico (Jodelet, p. 473).

El estudio de las representaciones sociales de las comunidades educativas acerca del INTA, tiene la finalidad de comprender los significados sociales que durante la trayectoria formativa han construido los educandos en torno al INTA.

La teoría de las Representaciones Sociales constituye tan solo una manera particular de enfocar la construcción social de la realidad y posibilitará el análisis de este enfoque, sin embargo, es que toma en consideración y conjuga por igual las dimensiones cognitivas y las dimensiones sociales de la construcción de la realidad. Las representaciones sociales, como forma de conocimiento, de pensamiento u opinión social, de sentido común; permitirán el acercamiento al modo en que el INTA como organización es representado en las comunidades educativas.

Berger y Luckmann (1968) aportan conceptos acerca de la construcción social de la realidad. Particularmente nos interesa comprender y explicar sus significaciones y prácticas distintivas, identificando convergencias y/o divergencias entre ellas y dilucidando principios que validan los marcos de interpretación y apropiación en los saberes. Desde esta perspectiva nos enfocaremos en la condición de vida de una comunidad educativa, la importancia de su adopción, la historicidad de su constitución y los usos que otorgan relacionadas a

dinámicas culturales y comunicacionales que influyen de alguna manera en el accionar diario de los sujetos. Desde esta mirada analizar las comunidades rurales como sistemas sociales contribuirá a un manejo más adecuado y adaptado a la modernidad (Luhmann, 1998; p. 64).

Desde este punto se parte de diferencias y el fomento a la inclusión a través de las políticas de estado para trabajar en las desigualdades que están representados en términos de modernidad y nuevos escenarios. Poder analizar a las representaciones sociales de las comunidades educativas en relación a saberes será un factor clave desarrollar los conceptos de construcción social de la realidad desarrollada por Berger y Luckmann (1968; p. 63). Estos conceptos nos permitirán analizar nuevas realidades sociales que impulsaron el desarrollo y que han tenido que adaptarse a los numerosos cambios sociales. De esto modo, se llega al tópico principal de este estudio, medios de comunicación social y la construcción social de la realidad (Berger y Luckmann, 1968; p. 65).

Desde el marco teórico y siguiendo la línea de la sociología, es fundamental trabajar con las teorías de algunos autores como Bourdieu (1999) con su concepto de habitus que refiere a “esquemas de percepción, apreciación y acción” derivados de la posición que cada agente ocupa en el espacio social para el estudio de este proyecto de tesis. El autor se enfoca en el gusto como la base de los estilos de vida. Las personas buscan obtener poder simbólico a partir del capital simbólico que van acumulando, en este caso podría decirse a partir de que comparten un determinado gusto, muchas veces comparten las mismas formas de percibir el mundo.

En cuanto a lo antes mencionado es impredecible poder reconocer y analizar las prácticas y relaciones que se tejieron en las comunidades educativas durante estos años. Esto implica el abordaje desde los espacios de construcción y significación que otorgaron, los roles de cada sujeto, los materiales y productos elaborados. Esta matriz está inspirada en los modelos de desarrollo que imperaron en las diferentes épocas y por lo cual la institución delimita sus políticas, líneas de investigación y comunicación. En tal sentido, se observó que las cuestiones de comunicación están centralizadas y organizadas de acuerdo a una planificación institucional según las comunidades educativas con los que se relaciona el INTA. Por ello el carácter real de las estructuras predominantes de la comunicación solo puede analizarse inserto en el contexto de la sociedad.

Una de estas miradas puesta es que las comunidades encuentren en el INTA un modelo, para implementar una propuesta participativa y que beneficie al conjunto de comunidades educativas como política de estado.

Otro autor a trabajar será Martin-Barbero que define a las prácticas sociales como prácticas de enunciación

que se construyen a través de narraciones y mediante el desarrollo de habilidades y técnicas expresivas. De esta manera, se forma un discurso que es “el entramado de la cultura y fundamento de la historia de vida de una comunidad”, aunque también se considera como práctica social a los no dichos, silencios y resistencias de una comunidad: componentes que complejizan y diversifican a las prácticas, por las mismas tensiones por las que están atravesadas. Desde esta mirada de las prácticas sociales, los verdaderos protagonistas son los sujetos sociales ya que poseen la habilidad de crear y promover los procesos históricos culturales, desde la vida cotidiana Martin-Barbero, (2002).

En tal sentido, para leer una práctica social desde la comunicación es necesario tener en cuenta lo que propone: “Si trabajamos con procesos comunicacionales, necesitamos considerar al otro como un interlocutor para generar procesos y desarrollar proyectos de comunicación con ellos (o en sus ámbitos) necesitamos reconocer sus “marcos de referencia”: las relaciones directas de la población, las concepciones, valoraciones, estereotipos, expectativas y creencias que a diario comparten los distintos actores (Huergo, 2001).

Otro autor a trabajar desde la educación será Prieto Castillo quien define:

Para poder interactuar “tendiendo puentes en todas las direcciones”, es necesario una habilidad muy especial: la madurez pedagógica, que contribuye a desplegar los recursos de comunicación en el proceso de aprender. Desde este enfoque, que será la de aprender desde la comunicación para “sentirse y sentir a los demás, abrirse al mundo, apropiarse de uno mismo” de manera que se pueda leer situaciones comunicacionales. Desde la perspectiva de la comunicación como producción social de sentidos, se promueve la planificación como estrategia para la libertad, pero acorde a los sentires y necesidades de las comunidades, involucrando-también a los planificadores como parte de este proceso (Prieto Castillo, 2004).

Material y metodología

La metodología que se adoptará será: un enfoque estratégico cualitativo, exploratorio y la presentación de un estudio de caso. Esta metodología que se utilizará para abordar esta investigación se enmarca dentro del paradigma interpretativo el cual tiene como objetivo comprender la acción social en la vida cotidiana y desde la perspectiva de los sujetos participantes (Vasilachis de Gialdino, 1992; pág. 31). En este sentido se pretende combinar: entrevistas en profundidad, encuestas, observación participante y no participante, revisión bibliográfica y análisis de documentos que nos permitirá indagar las comunidades educativas con la que ha trabajado el INTA y está trabajando actualmente. Por lo

tanto, la metodología es ante todo cualitativa, como se mencionó antes, por cuanto se busca describir procesos de creación de sentido en la comunidad educativa, su percepción acerca del INTA.

Bibliografía

Berger P. y Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu, (pp. 13 a 65, 228 a 233).

Bourdieu, P. (1999) *Meditaciones Pascalianas*, Anagrama, Barcelona.

González Rey, F. L. (2002). *Sujeto y subjetividad: una aproximación histórico-cultural*. México: Thomson.

Huergo, J. (2001). *Método de Investigación Cualitativa en Comunicación*. Buenos Aires: Mimeo.

Jodelet, D. (1986). *La representación social: fenómenos, concepto y teoría*. En: Moscovici, S. (comp.). *Psicología social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona: Paidós.

Luhmann, N. (1998). *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*. Ed. Antrophos (Barcelona) (pp. 27 a 76, 113 a 198, 390 a 433). ISBN: 84-7658-493-8

Martin-Barbero, J. (2002). *Oficio del Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México: Fondo de la Cultura.

Moscovici, S. y Hewstone, M. (1986). *De la ciencia al sentido común*. En: Moscovici, S. (comp.). *Psicología social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona: Paidós.

Moscovici, S. (1979). “La representación social: un concepto perdido” en “*el Psicoanálisis, su imagen y su público*”, Buenos Aires, 2da edición, Ed. Huemul.

Prieto Castillo, D. (2004). *La comunicación en la educación*. Buenos Aires: La Crujía.

Vasilachis de Gialdino, I. (1992). *Métodos Cualitativos I. Los problemas teórico-epistemológicos*, Centro Editor de América Latina, Buenos Aires.

[1] Desde el 2009 se definía con el nombre de “Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Agroindustrias”. A partir del 2015, bajo la presidencia de Mauricio Macri, el Ministerio pasó a llamarse sólo “de Agroindustria”, con Ricardo Buryaile como su titular, pero a partir de 2018 asume Luis Miguel Etchevehere y pasa a denominarse Secretaría de Agroindustria de la Nación.

#COMUNICARPENSANDO.

Comunicación, sociedad digital y nuevas subjetividades

Sofía Stefan, Sofía

ISFD Paulo Freire 1117 – Profesorado ETP (INET)/
stefansofiamab@gmail.com - @SofaStefan1

Palabras claves: prosumidor; residentes; entorno digital; apropiación tecno-mediática

Desde la tradición crítica, la sociedad en su práctica cotidiana se encuentra atravesada por procesos comunicacionales, mediaciones, donde se entiende al sujeto como un productor de sentido social.

Estas mediaciones, hoy día, se producen fundamentalmente en interacción con las Tecnologías de la Información y de la Comunicación – TIC – siendo estas un componente esencial del espacio público actual. Y como tal cobra relevancia su potencial como espacio donde se genera otra forma de interactuar, de relacionarse, en fin, de construir sentido social.

Las TIC transforman las maneras de comunicar, pensar y pensarse en el mundo, desde una experiencia, ya no sólo mediatizada, sino principalmente mediática (Silverstone, 2001 en Martín y Torres, 2013). Se convierten en una herramienta potencial para la apuesta de la construcción de imaginarios y representaciones; donde más allá de la circulación y reproducción de mensajes hegemónicos, nos lleva a pensar en cómo nos comunicamos. Así, como herramientas principalmente digitales, las TIC contienen y permiten implementar más y diversas ideas y acciones, que nos demandan como sociedad, pero fundamentalmente como comunicadores, revisar y repensar estas instancias de producción de sentidos y valores, para expandir nociones respecto a lo que se incluye y se excluye en ellas.

En este entorno tecnológico y digital, acomodado a gustos y emociones, los sujetos son entendidos principalmente como usuarios, con una primera distinción entre aquellos que generacionalmente convivían con este tipo de entorno, que han nacido en él, los *nativos* y aquellos que nacimos previamente al entorno digital y nos vamos incorporando al mismo, los *inmigrantes* (Prensky, 2001 en Adell, 2010). Esta diferenciación hoy fue superada por las categorías planteadas por David White (2011 en Adell, 2010) de *residentes* y *visitantes* de la red, en función del contexto y motivaciones, de la relación que sostenemos con la red, más que edad o experiencia como en un

principio. Es en este nuevo entorno digital donde se van configurando otras subjetividades y formas de producir y circular saberes (Dussel y Quevedo, 2010).

Estas configuraciones sociales, mediáticas y digitales, es el lugar donde se conjura un nuevo estatuto de sujeto, un *prosumidor*, generador de transformaciones de los mensajes que circulan en una sociedad en red, agregándole valor a aquello que ya circula (García Canclini, 2011). Un sujeto que se asume en los nuevos medios de comunicación de masas, las redes y medios digitales, sujeto que se ubica en este complejo sistema de comunicación masiva digital (Castell, 2007 en Martín y Torres, 2013). Los prosumidores, esta fusión de productores y consumidores, estatuto frecuente de residentes de la red, desarrollan competencias digitales que les posibilitan la transformación y recreación de información y conocimiento circulante en las redes a través de productos digitales que son por ellos intervenidos, reescritos. Competencias que implican un espíritu colaborativo y participativo, un consumo crítico y sobre todo conocimiento de la red.

En este sentido Dussel y Quevedo (2010) destacan la importancia de entender el lenguaje y sistema propio de lo audiovisual (y diría yo hoy de las tecnologías digitales) para lograr mayor comprensión de sus propios límites como espacio de configuración de sentidos sociales. En concordancia con Lazo y Gabelas Barroso (2013) entiendo que sería este un primer paso necesario para el desarrollo de una competencia (mediática) digital integral que nos habilite manejos técnicos-instrumentales de estas herramientas, pero también y sobre todo, manejos cognitivos y simbólicos de los mismos, sin desconocer dimensiones no siempre tan obvias como son las axiológicas y actitudinales (p.69).

Competencia digital necesaria para una posible y necesaria apropiación tecno-mediática, en términos de Morales y Loyola (2013), que además, como indican las autoras, precisa ser estudiada y analizada desde sus condiciones de posibilidad del sujeto en cuanto a la disponibilidad y acceso real a una diversidad de discursos, medios y tecnologías (p.7). Apropiación que implica fundamentalmente una comprensión de las características textuales de esos medios digitales y sus implicancias, tanto sociales como económicas y culturales (Buckingham, 2008 en Dussel y Quevedo, 2010). Apropiación que será fundamental en otras formas de aprender, relacionadas a un manejo crítico de la información ampliamente disponible en herramientas digitales, que conforman nuestros entornos y red personales de aprendizaje, planteadas por Jordi Adell (2010).

En este sentido, comunicadores y educadores, asumimos (y debemos asumir) un rol potente en la concreción de las nuevas alfabetizaciones, en el decir de Cassany (2016), cuando proponemos y planteamos prácticas plurales de comprensión, elaboración y generación de

relaciones críticas y realmente productivas con las nuevas tecnologías, donde exista verdaderas indagaciones, preguntas, respecto a esas relaciones internas y externas de estas tecnologías con nuestras culturas y comunidades. Y por qué no, de esta forma aportar al desarrollo de aquella evolución que indica Dolors Reig (2012), cuando plantea una “evolución del entorno tecnosocial y de conocimiento” donde las TIC son tecnologías sociales de las relaciones, que abren paso al aprovechamiento de tecnologías para el aprendizaje y conocimiento – TAC – y su entendida evolución hacia la conceptualización de las tecnologías que favorezcan entornos colaborativos para trasladar la voluntad popular al poder, tecnologías del empoderamiento y participación – TEP – como las nombra la autora.

Tal vez sólo así podríamos concebir completamente las dimensiones de algunos sucesos denominados de activismo cívico, donde determinados grupos y/o colectivos construyen una comunidad en función de sus afinidades e intereses, generando otros espacios y culturas en torno a lo colaborativo, participativo y comunitario; que van desde otras formas de vincularse, aprender, desarrollar una producción (simbólica o material) hasta la instalación o defensa de derechos y sus garantías (Gee, 2007 en Dussel y Quevedo, 2010; Lazo y Gabelas Barroso, 2013).

Esto nos lleva por un lado, a pensar en ¿Cómo nos comunicamos hoy, cómo nos vinculamos? Nos invoca la necesidad de repensar qué mensajes circulan y qué voces, desde qué posibilidades y con qué competencias en un entorno fuertemente digital, que invariablemente nos desafía en necesidad de lograr un empoderamiento de las experiencias desde lo cognitivo y lo emocional.

Un espacio privilegiado para estas reflexiones, es el espacio educativo, donde se convierte en imperioso la transformación del rol docente, desplazándose de una actitud y postura del *orden explicador* como lo define Jacques Rancière en *El maestro ignorante* ([1987] 2018) hacia un *orientador-guía-facilitador de experiencias* y acompañante del sujeto de aprendizaje en su proceso de construcción de conocimiento. Asumir este nuevo rol docente implica concebirse y desarrollarse como curador, como intermediarios críticos del conocimiento, en cuanto al ejercicio de recuperar, gestionar creativamente y recentralizar información distribuida, convirtiéndola, en el caso docente, en herramientas pedagógicas (Reig, 2010). Debemos prepararnos y asumirnos como profesionales y especialistas de la educación, reconociendo el compromiso y la responsabilidad de ser mediadores entre la inmensa cantidad de información hoy disponible y los estudiantes, ya que ellos son quienes deberán aprender a seleccionar, valorar y jerarquizar esa información transformándola en conocimiento, para lograr ser sujetos autónomos, capaces de un real ejercicio de ciudadanía en una sociedad digital.

Bibliografía

- Dussel, I. y Quevedo, L. A. (2010) *Educación y nuevas tecnologías: los desafíos pedagógicos ante el mundo digital*. VI Foro Latinoamericano de Educación (1ª ed.) Buenos Aires: Santillana.
- Educ.ar [Educ.ar] (20 de febrero 2017) “Entrevista a Daniel Cassany: Leer y escribir en tiempos de internet”. Recuperado de <https://www.educ.ar/recursos/131916/entrevista-a-daniel-cassany>
- IBERTIC - OEI [discursosdigitales] (10 de julio 2012) Dolors Reig: TIC, TAC, TEP [Archivo de video] Recuperado de <https://youtu.be/6-F9L9avcwo?list=PLi1y7BEYxuBog6wEDrJFPnAhxr96NlFWWh>
- Lazo, C. M. y Gabelas Barroso, J. A. (2013) Nuevas interacciones en competencia digital: de la recepción al empoderamiento. En Morales, S. y Loyola, M. I. (compl.) *Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación. La apropiación tecno-mediática* (pp. 65-77) – 1ª ed. – Buenos Aires, Argentina: Imago Mundi.
- Martín, M. V. y Torres, M. L. (2013) “Medios masivos, nuevas tecnologías y modos de estar juntos: puntos de entrada al consumo simbólico en la vida cotidiana”. *Question – Vol.1 N°37* Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1735>
- Morales, S. y Loyola, M. I. (2013) La dinámica de la apropiación tecno-mediática. En Morales, S. y Loyola, M. I. (compl.) *Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación. La apropiación tecno-mediática* (pp.1-10) – 1ª ed. – Buenos Aires, Argentina: Imago Mundi.
- Revista Ñ (22 de noviembre 2011) “Néstor García Canclini: ‘Google es más poderoso que las cadenas de tv o las discográficas’” Tecnología y comunicación I. Ideas. *Revista Ñ*. Recuperado de https://www.clarin.com/rn/ideas/tecnologia-comunicacion/Entrevista_Nestor_Garcia_Canclini_0_Bygip22PXg.html
- Rancière, J. ([1987]2018) *El maestro ignorante. Cinco lecciones sobre la emancipación intelectual*. Traducción Fagaburu, C. (2016) (1ª ed) Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Edhasa; Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Libros del Zorzal.
- Reig, D. (09 de enero 2010) “Content curator, Intermediario del conocimiento: nueva profesión para la web 3.0” [Mensaje en un blog] El caparazón (social media, educación 2.0). Recuperado de <https://www.dreig.eu/caparazon/2010/01/09/content-curator-web-3/>
- Sierra, J. (2010) [Josi Sierra Orrantia] (06 de mayo 2012) PLE by Jordi Adell [Archivo de video] Recuperado de <https://youtu.be/blzYQlj63Cc>

EL DIÁLOGO AUTÉNTICO COMO

CONSTRUCTOR DE SENTIDOS

EMANCIPADORES

Romero, Silvina

FCH - UNSL / Silvinar100@gmail.com

Palabras claves: educación/comunicación; escucha; sentido común; formación docente; prácticas emancipadoras

El trabajo que presento es resultado del análisis realizado en mi tesis doctoral, en ella se sistematizan experiencias pedagógicas vivenciadas por docentes y estudiantes del IFDC SL^[2] en la que los profesores se propusieron desarrollar prácticas de enseñanza con el objetivo de problematizar el sentido común (entendido en su concepción gramsciana) con la intención de promover el desarrollo de la conciencia crítica de docentes en formación. Desarrollaré una de las características comunes encontradas en las experiencias emancipadoras analizadas, a la que título *diálogo auténtico*. Ella da cuenta de las formas que asumió el diálogo, atendiendo a que cada práctica pedagógica es única y depende de una situación particular que le da sentido.

En el sistema capitalista la dominación se expresa a través de la imposición de una concepción de mundo, de una forma de vida, y de cómo nos miramos a nosotros mismos. Esos sentidos se entretienen y se convierten en una armadura que inhibe la posibilidad de pensar más allá, de reflexionar críticamente y de actuar en consecuencia. Es una de las formas que tiene este sistema para asegurar su continuidad. En este marco escuchar a los/as estudiantes, tratar de entender la lógica de construcción de sus enunciados, es lo que permite desentramar los sentidos que ellos/as le están adjudicando a la realidad. La tarea de los/as docentes fue intentar quebrar la red de sentidos hegemónica, y para ello, pensaron estrategias para problematizar las creencias. No trataron de imponer un nuevo discurso, sino de que esa escucha también se constituya en un movilizador de las propias certezas de cada docente, que, en diálogo con los estudiantes y el contenido, habilitaron nuevas creaciones.

Es común escuchar a algunos docentes decir que organizan la enseñanza a partir de los saberes de los estudiantes, consideran las ideas previas de los alumnos sobre un determinado conocimiento, hacen un “diagnóstico”, a partir del cual los “conocen” para mejorar la forma de enseñar (transmitir) otro saber. En esta práctica no se

escucha en el sentido que le estamos dando al *escuchar*, ya que no se trata de estar al tanto de lo que saben o no los estudiantes, la escucha implica comunicación auténtica y esto es construcción de sentido en una situación dialógica en la que se reconoce al otro en tanto igual y diferente a la vez. Y esto, más allá de la estrategia utilizada, tiene que ver con el posicionamiento político del docente. Se escucha más allá del sonido, se escucha el sentido común, lo que es necesario para poder desandararlo.

Cuando hablo de diálogo auténtico me refiero a una situación de comunicación que implica construcción de sentidos en el marco de un encuentro de subjetividades. Las subjetividades son producto de una interacción social que está atravesada por los intereses de clase, o sea, esa relación que los hombres tienen en la producción y reproducción de su existencia. Cada época y cada grupo social tiene su repertorio de las formas discursivas de la comunicación ideológica real, la conciencia surge en ese intercambio social, se llena de los signos que existen con anterioridad, por eso es necesario explicarla a partir del medio ideológico social. (Voloshinov, 2018)

En el diálogo auténtico se ponen en juego los distintos intereses de los sujetos, que a veces coinciden y otras son antagónicos.

En las experiencias de enseñanza desarrolladas, las/os docentes escucharon y estudiaron la red de significados que los/as estudiantes construyeron a lo largo de su historia, porque de ello dependería la posibilidad de comunicación. En ese sentido se intentó problematizar “el sentido común” consolidado como pensamiento hegemónico en muchos de los sujetos participantes de las experiencias. Al escuchar las palabras y la red de sentidos ideológicos, posibilitaron, según el caso, que los/as estudiantes pudieran comprender y hacer propios o cuestionar/ resistir el saber que los docentes pusieron en consideración.

En esta búsqueda, las/os docentes enfrentaron su propio sentido común, porque a través de él leen la realidad de sus estudiantes. La práctica dialógica, en tanto apertura, contribuye a que cada sujeto pueda analizar sus propias creencias, instalando la complejidad de la duda ante la clausura de las certezas.

Las/os docentes realizaron la revisión y reflexión de sus prácticas en doble sentido, por un lado fue reflexión sobre la práctica de enseñanza: analizaron la situación de comunicación/ educación acontecida en el aula, evaluaron el proceso tratando de identificar aquellas situaciones que creen posibilitaron la enseñanza de los contenidos y a la vez la ruptura de sentidos hegemónicos, pero también analizaron los obstáculos o resistencias que se producen en el encuentro. Hubo estudiantes con creencias internalizadas como dogmas, muy difíciles de quebrar. La intención de las/os docentes en estos casos

fue la búsqueda de nuevas estrategias para generar nuevas experiencias que posibilitaran penetrar el compacto sentido común tan fuertemente arraigado. Las docentes que creen en la emancipación no se conforman, aun sabiendo que quizás no consigan su objetivo. Porque lo que importa no es el logro inmediato, sino la vivencia que es la que habilitará la creación.

Cada docente, cada grupo de estudiantes y cada situación son únicas, por eso en el devenir de las prácticas se manifestaron distintas formas de escucha. La búsqueda de estrategias que las docentes realizaron fue permanente e incluyó la presentación de los saberes a enseñar, del contenido. Con la escucha se pusieron en cuestión sentidos hegemónicos, como la neutralidad de la escuela, la bondad como cualidad innata de los niños, la tarea del docente, el modelo de la sociedad civilizada, entre otros, que representan una red de sentido construida por los grupos dominantes para ocultar las relaciones de dominación del sistema capitalista en el que vivimos. La especificidad de los contenidos disciplinares presentada en los lineamientos curriculares no fue obstáculo para el desarrollo de la propuesta de los docentes, ya que en todos los casos analizados los saberes fueron presentados en relación con el todo. Se intentó romper la barrera que las disciplinas imponen. Sin embargo, esta lógica no fue del todo percibida por los/las estudiantes.

Las intervenciones didácticas de los docentes del grupo IAP estuvieron orientadas a generar experiencias que quiebren los sentidos internalizados, y para ello, se basaron en la vivencia de nuevas relaciones sociales.

228 Así, se utilizaron recursos con ese fin. Se recurrió a contraejemplos para confrontar los discursos, utilizando imágenes, videos, películas, y textos que representaron las diferentes interpretaciones de la realidad. La deconstrucción del discurso único fue el motor de la acción.

Al escuchar, se crearon situaciones en las que se pretendió trabajar desde el reconocimiento del discurso de los estudiantes para generar experiencias problematizadoras. Se consideró la experiencia de los jóvenes en la escuela para resignificarla. Además, se procuró romper la lógica hegemónica de presentación de los contenidos. Cada docente, según su particular forma, contextualizó e historizó los saberes, los relacionó con la realidad, los vinculó con el trabajo docente. El conocimiento desde la ciencia crítica se propone que los estudiantes sean capaces de cuestionar el saber asimilado, solo así se podrán construir ideas, plantear preguntas nuevas y crear un mundo más justo.

El discurso emancipador adquiere otra lógica. Ante la búsqueda del consenso del discurso único construido en base a estrategias manipuladoras, el docente crítico

intenta generar la duda, estimular la creatividad, la toma de posición, estimular el conflicto en tanto herramienta de ruptura.

Finalmente, pienso las prácticas de enseñanza que pretenden la emancipación no pueden ser ajenas al mundo de vida^[3] de los sujetos, ya que el mundo de vida es aquello que nos predetermina, y es el lugar de partida para la problematización y construcción de nuevos y superadores sentidos, tema que profundizaré en otra oportunidad.

Bibliografía

- Freire, P. (2005). *Pedagogía de la Autonomía*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Freire, P. (2008). *Pedagogía del Oprimido*. Buenos Aires, Argentina: siglo XXI.
- Freire, P. (1998). *La Importancia de leer y el proceso de liberación*. España: Siglo XXI.
- Gramsci, A. (1986). *Cuadernos de la cárcel*. Tomo IV. México: Era.
- Gramsci, A. (1999). *Cuadernos de la cárcel*. Tomo V. México: Era.
- Gramsci, A. (2006) *Los intelectuales y la organización de la cultura*. Compilación realizada por Iván Valdez Jiménez. Recuperada de: www.gramsci.org.ar. (09/ 2011)
- Schmucler, H. (1984). *Un proyecto de Comunicación / cultura*. *Comunicación y Cultura* (12), 38. México.
- Voloshinov, V. (2018). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires, Argentina: Godot.
- Zemelman, H. (2005). *Voluntad de conocer*. México: Antrhops.
- Zemelman, H. (2006). *El conocimiento como desafío posible*. México: Instituto Pensamiento y Cultura en América Latina.

[1] Prácticas de enseñanza pensadas para favorecer la problematización del sentido común y el desarrollo de la conciencia crítica de docentes en formación: sistematización y análisis de cuatro experiencias en el profesorado IFDC SL. UNLU

[2] Instituto de Formación Docente San Luis

[3] Se toma la idea de mundo de vida tal como la refiere Hugo Zemelman, según lo cual excede lo contextual, tiene que ver con la subjetividad, con patrones culturales, con posibilidades de vida, con experiencias, con expectativas, con visiones de futuro.

**EDUCACIÓN Y TURISMO: POLÍTICAS DE
FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN EN LA
REGIÓN DE TRASLASIERRA (CÓRDOBA, 2013-
2018)**

Seveso, Emilio

UNSL – CONICET / emiloseveso@hotmail.com

Abraham, Eliana

UNSL / elianaabraham9012@gmail.com

Ojeda, Daniela

UNSL / dbojeda@unsl.edu.ar

Zuleta, Martín

UNSL / tincho_zuleta@live.com.ar

Jorquera, Ayelén

UNSL / ayejorquera@gmail.com

Palabras claves: políticas educativas; turismo; comunicación; formación; sensibilidades

Introducción

Actualmente Córdoba constituye un polo fundamental de actividades empresariales y comerciales a escala nacional, en el que se desarrollan diversas ramas agroindustriales, procesos competitivos en el mercado automotriz y en las empresas digitales. Dentro de este marco, el interés creciente por el turismo responde a un renovado proceso de explotación material y simbólica, en el que la “ciudad y el campo”, así como focos tradicionales-históricos, son re-articulados para la producción mercantil. Como parte de estas iniciativas reconocemos que el gobierno provincial procura incentivar actualmente la constitución de “marcas de lugar”, incluyendo estrategias pedagógicas en diversas zonificaciones, destinadas particularmente a preparar los territorios (urbanos y naturales, sociales y sensibles) para la expansión productiva.

Tomando por base este cuadro general, en esta ponencia buscamos problematizar la implementación de *políticas educativas* asociadas al desarrollo del turismo en el Área de Traslasierra (Córdoba), recuperando en particular dos planos de análisis: las medidas destinadas a la formación de recursos humanos y las acciones de sensibilización de las poblaciones residentes. Para ello consideramos el material difundido por los principales organismos estatales durante el período 2013-2018, así como la

información disponible en plataformas de comunicación digital. Como horizonte interpretativo de esta exploración, las iniciativas indagadas son interpretadas como fragmento de una cadena productiva que procura “atar” las *sensibilidades* al horizonte ideológico del desarrollo; es decir, a la dominancia discursiva del turismo como llave del progreso.

Enfatizamos, en tal sentido, el carácter prominente de las industrias culturales (y de los medios de comunicación en su seno) como fragmento del “arte de la edificación social”, tanto como la importancia estratégica que revisten los aparatos ideológicos como instrumentos de regulación de lo social. En sociedades crecientemente mediatizadas y espectacularizadas, la producción de imágenes activas modelan la mirada de mundo y las formas del sentir, consagrando ideológica/culturalmente los procesos de producción y reproducción capitalista. Desde este lugar es posible entender la potencia estructurante de la hegemonía discursiva arraigada en los mecanismos y dispositivos asociados al turismo, en tanto “momento” de producción de la hegemonía desde el trabajo profundo sobre la sensibilidad.

Contextualización de la Región Traslasierra

La denominada “Región de Traslasierra” (integrada por el Área Noroeste y el Área turística de Traslasierra, de particular interés para nuestro trabajo) es actualmente caracterizada como un “espacio con vocación turística potencial”, susceptible de transformación e integración a partir de sus atractivos naturales, históricos y populares (Agencia Córdoba Turismo, 2014, p.91). Sin embargo, tal diagnóstico también señala importantes focos de “debilidad” que demandan -al entender del gobierno nacional y provincial- la urgente implementación de políticas asociadas al turismo, incluidas aquellas que refieren al plano educativo. Según el Programa de Desarrollo Territorial para el Norte y el Oeste de la Provincia de Córdoba existe una “escasa planificación turística” en los principales puntos receptivos de esta región. Tal debilidad se complementa con la “pérdida de talentos y capital social”, entre otros obstáculos como la deserción escolar y la migración de los habitantes a grandes conglomerados urbanos (Concejo Federal de Inversiones, 2015p.).

Frente a este contexto problemático, en el que confluyen diversas amenazas territoriales, el Programa también reconoce una serie de “fortalezas” asociadas a la disponibilidad de bienes culturales y patrimoniales, ambientales y paisajísticos, que desde el esfuerzo mancomunado entre diferentes actores (públicos y privados) y distintos niveles de gobierno (nacional, provincial y municipal) favorecerían el desarrollo sustentable de la región. Tal confluencia permitiría desarrollar, a su vez, eventuales “oportunidades” productivas ligadas a la explotación de recursos naturales, el fortalecimiento de las capacidades emprendedoras locales y la promoción de conocimientos científicos y técnicos (Consejo Federal de Inversiones, 2015).

Como parte de esta estrategia, existe actualmente una

activa política educativa en el Área de Traslasierra, particularmente orientada al desarrollo de recursos y a la cristalización del mercado turístico local, incluyendo programas de formación de capital humano y de sensibilización de la población.

Políticas educativas para la formación profesional

De las 232 escuelas presentes en el territorio provincial, 27 poseen formación específica en turismo, situándose una de ellas en el Área turística de Traslasierra denominada San Alberto y otra en San Javier (Padrón de Escuelas Provinciales, 2016). Esto representa cierto peso relativo sobre el subtotal de otras Áreas de Córdoba, en las que la presencia institucional es más reducida o inexistente. El valor de estas políticas es reconocida directamente por los programas estratégicos zonales ya que, por ejemplo, de 6.014 alumnos matriculados en San Javier para el año 2013, 7,8% eran orientados desde la formación en turismo.

Esta oferta es complementada por el nivel superior y universitario, a través de diversas modalidades y convenios que incluyen, entre otros, a la Delegación Universitaria de Villa Dolores, al Centro Regional de Educación Superior y al Centro Educativo Cooperativo de Cemdo Ltda, con una amplia gama de formación presencial y a distancia. La cooperación con diversas universidades nacionales, así como la presencia de sedes de instituciones privadas, promueven en la zona una amplia formación, entre las que se incluye al turismo ya carreras afines como los trayectos de formación organizadas por la Agencia de Promoción de Empleo y Formación Profesional, y la Agencia Córdoba Turismo.

Existen de este modo trayectorias de formación “común” sobre los pobladores de Traslasierra, consignadas a partir de instituciones cercanas e inmediatamente aprehensibles. Desde este lugar, el sistema educativo -definido por las políticas del Estado y la ciencia- va situando al perfil turístico como una de las líneas prioritarias para la formación de recursos humanos y una de las principales ofertas locales. En ello, los medios de comunicación y las TICs ocupan un papel central, en tanto imponen condiciones y efectos significativos sobre el conocimiento socialmente disponible. Hablamos de flujos de saber actúan sobre la naturaleza sensible de la práctica, moldeando las formas de vida, las sensibilidades y las experiencias de quienes habitan el territorio y se constituyen en futuros trabajadores de las nuevas “industrias” locales.

Acciones de sensibilización sobre la comunidad

En complemento con las políticas antes referidas, encontramos una serie de acciones de sensibilización de la población local, orientadas a instaurar la valoración y aceptación *social* de la dinámica turística como horizonte de progreso. Es posible destacar dos iniciativas: el “Programa de Formación por Capacidades y Saberes en

el Sector Turismo” (2015) y el “Programa de Formación Turística (2016); ambos entendidos como “dispositivos” asociados a la generación de un “proceso educacional estratégico” para la producción de recursos humanos en la Región. Entre los objetivos que integran a estas políticas es posible destacar la promoción de la participación comunitaria para el fomento del “orgullo provincial”. Esta instancia también busca la vinculación del personal con el patrimonio tangible e intangible, y el desarrollo de lazos entre la vida cotidiana y la actividad turística como vía de “progreso personal y laboral” (Consejo Federal de Inversiones, 2015, p. 2).

La dimensión pedagógica organizada por los referidos programas toma a los sujetos, a sus sensibilidades y a sus prácticas, como “locus” para la activación de formas y maneras de pensar al turismo, impactando no solo en las vías del desarrollo colectivo y comunitario, sino también (y más nuclearmente) en la totalidad del estilo de vida: en el ser y estar en *communitas*. De este modo, si antes aludíamos a una serie de política de corte institucional asociadas a un campo profesional específico (según currículas establecidas y equipos docentes estables en el tiempo), ahora hablamos de acciones que operan de una manera subrepticia sobre el orden sensible que modula las prácticas y las experiencias; de acciones que configuran maneras de hacer y sentir los espacios en tanto “recursos potenciales” para el desarrollo económico.

Orden productivo y trayectorias vitales se entrelazan como fragmentos de un modelo pedagógico aplicado de manera “organizada y sistémica” sobre las poblaciones locales, destinadas a la configuración de una “marca” y un “perfil” turístico que “modifique sus actitudes e incremente sus conocimientos relacionados con la actividad” (Consejo Federal de Inversiones, 2015, p.2). Estas acciones “sensibilizadoras” han sido ejecutadas en distintas locaciones de la región, adaptándose a los “rasgos” de cada comuna o paraje serrano. Así, por ejemplo, encontramos en Capilla del Monte capacitaciones en socorrismo para ambientes naturales y agrestes, por la profusión de prácticas de senderismo y escalada en altura; y también la propuesta en formación gastronómica para la ciudad de Villa General Belgrano, conocida por su variada oferta de cerveza artesanal y comida gourmet. Reconocemos desde aquí un segundo lazo con las tendencias de turistificación, que mediante el activo trabajo pedagógico vuelven nuevamente a la sensibilidad en objeto de intervención.

Consideraciones finales

Una lectura interpretativa de las iniciativas turísticas en el Área de Traslasierra nos permite destacar que las propuestas educativas constituyen una forma de regulación institucionalizada sobre la cultura y la tradición. En su plano operativo, las instancias pedagógicas puestas en juego intervienen, modifican y explotan las actitudes, percepciones y hábitos de quienes sostienen las lógicas de esta particular industria, influyendo en la dimensión más humana de las relaciones y los vínculos, estableciendo

tensiones cotidianas y conflictos asentados en novedosas formas de producción/destrucción mercantil. En este escenario, las políticas educativas y los mecanismos de sensibilización modifican el sentido de lo “comunitario” y “lo común”. Esta instrumentalización de la “dimensión humana”, a decir de Pasquali (1990), supone la especialización de los haceres y de las relaciones de los pobladores de Traslasierra, progresivamente regulados para la producción y potenciación de los recursos naturales y simbólicos, dispuestos para unos “otros” que son encarnados en la figura de los turistas.

Bibliografía

- Agencia Córdoba Turismo (2014); Plan de Gestión Turística de Traslasierra Sur. Bases para el fortalecimiento de la gestión Turística Regional.
- Centro de Comunicación de la Fundación Cepa (2016); Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Anexo 4 líneas base Región Centro.
- Consejo Federal de Inversiones (2015A); Programa de Formación por Capacidades y Saberes en el Sector Turístico.
- Consejo Federal de Inversiones (2015B); Programa de Desarrollo Territorial para el Norte y Oeste de la Provincia de Córdoba – Segunda etapa – Ejecución y puesta en marcha.
- Ministerio de Educación (2016); *Padrón de Escuelas Provinciales de nivel inicial y medio*.
- Pasquali, A. (2007) *Comprender la Comunicación*. Editorial Gedisa

durante milenios de forma oral, después a través de las imágenes en las paredes de roca, más adelante por medio de la escritura y hoy mediante todo tipo de pantallas. (Scolari, 2013: 17)

Los jóvenes consumidores se han vuelto cazadores y recolectores de información, les gusta sumergirse en las historias, reconstruir el pasado de los personajes y conectarlos con otros textos. (Jenkins, 2008)

El contacto cotidiano y permanente de los jóvenes con los diversos medios por los que circulan mensajes desempeña un papel importante en la construcción de su subjetividad. Pero esta subjetividad entra en tensión con los modos y lógicas de las instituciones educativas estructuradas bajo los preceptos de pensamientos racionales y reflexivos basados en la cultura impresa, donde el conocimiento disciplinar es menos exploratorio y se desarrolla en tiempos planificados con anterioridad y con un ritmo más lento. Mientras que las formas de enseñar y aprender mediante las tecnologías digitales posibilitan en determinados contextos procesos mucho más dinámicos, es decir, más flexibles, descentralizados, autónomos, activos y colaborativos. Es por ello que pasamos de un paradigma de educación universal, masiva y estandarizada, a pensar en modos de aprender distribuidos, permanentes y conectados. (Lugo & Kelly, 2011: 22)

En este sentido, las narrativas transmedia configuran una diversidad de discursos que, por su capacidad para atravesar plataformas y por la participación activa de los destinatarios en la producción, presentan una notable potencialidad para ser utilizadas como recurso en procesos de enseñanza-aprendizaje. En las narrativas transmedia el relato se expande de un medio a otro y cuenta con la participación activa de los usuarios. (Scolari, 2013)

La incorporación de la narrativa transmedia a la educación formal se plantea bajo la hipótesis que ésta es una herramienta que facilita la implicación activa de los estudiantes, atendiendo a destrezas emocionales e intelectuales a distintos niveles. (Scolari, 2014)

Entre otras fortalezas que presenta la transmedialidad para la educación, se destaca la posibilidad de democratizar la palabra, incluir, dar la oportunidad a los estudiantes de contar una versión propia de los hechos, presentar su mirada sobre un tema.

Este trabajo se enmarca en el proyecto de investigación “Tecnología Digital, Comunicación, Políticas Públicas de Inclusión y Escuela: una aproximación a la producción de contenidos con uso de TIC realizados por profesores y estudiantes en las escuelas secundarias públicas de la ciudad de Río Cuarto” llevado a cabo por docentes del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto. Uno de los objetivos del proyecto consiste en planificar una propuesta de intervención educativa y comunicacional en la que se incorpora el uso de las narrativas transmedia. Para ello se seleccionaron establecimientos educativos de nivel medio de la ciudad de Río Cuarto y se implementaron

LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA EN LOS

PROCESOS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

LA EXPERIENCIA COMO EMERGENTE

Spinazzola, Maria Marta

DCC - UNRC / dg.spinazzola@gmail.com

Giusiano, Fabián Luis

DCC - UNRC / fagiusiano@gmail.com

Palabras claves: TIC; transmedia; recurso didáctico; enseñanza; aprendizaje

Los humanos siempre contamos historias. Las contamos

estrategias de intervención en las que los estudiantes abordaron las narrativas transmedia para trabajar con el contenido de diversas asignaturas.

Pretendemos presentar algunas apreciaciones que surgieron de la implementación de las narrativas transmedia en dos escuelas de nivel medio de la Ciudad de Río Cuarto: colegio Leonardo Da Vinci e Ipem N° 128 Dr. Manuel Belgrano.

En una primera instancia, el equipo de investigación presenta los aspectos fundamentales del transmedia a los docentes y estudiantes de la escuela. Luego se les propone la consigna de elegir un concepto/palabra. Una vez decidido el concepto, se trabaja en grupos pequeños o bien individualmente, cada grupo aborda un aspecto de dicho concepto y lo desarrolla eligiendo un medio. Todos los discursos resultantes se integran en una narrativa transmedia.

La experiencia de trabajo en ambos colegios permitieron observar diferentes roles de los docentes, de los estudiantes y de tecnologías en cada caso, pero principalmente las estrategias mediante las cuales se inscribieron los discursos individuales en el discurso transmedia.

En el primero de los casos los docentes propusieron estrategias para decidir, de manera colectiva, el tema que se abordaría, la palabra que mejor representó al grupo fue "Violencia". Una vez decidido, se postularon diversas aristas de dicho tema (violencia en el fútbol, violencia de género, violencia contra el ambiente, etimología del concepto violencia, etc.) que fueron recuperadas como historias secundarias por los grupos.

En esta etapa del proceso la intervención de los docentes fue central en la decisión del eje que sería abordado en la narrativa transmedia. Los docentes propusieron la estrategia y coordinaron las discusiones para lograr un consenso en la decisión del concepto.

Durante la producción de los mensajes, los docentes participaron asesorando a los alumnos, estableciendo plazos de trabajo y siendo intermediarios entre el equipo de investigación y los estudiantes. Así mismo, jugaron un papel importante en la integración de los discursos, individuales y o grupales, en la narrativa transmedia global.

Por su parte, los estudiantes participaron de manera activa en la decisión del tema a tratar, pero dentro de ciertos márgenes establecidos por los docentes (por ejemplo: que formara parte de los temas incluidos en la currícula) y mediante una discusión también coordinada por los docentes. Los estudiantes tuvieron más autonomía en la decisión acerca de del tipo de lenguaje y de las tecnologías que se emplearían.

En relación al uso de las tecnologías observamos que los alumnos priorizaron la opción de un lenguaje (gráfico, audiovisual, sonoro, multimedia, etc) por sobre las habilidades o recursos técnicos que disponían. Incluso demandaron asesoramiento al equipo de investigación para poder llevar a cabo la producción de ideas que requerían del manejo de tecnologías o desarrollo de

habilidades que no estaban a su alcance.

En el segundo caso el docente desempeña un rol más pasivo, quien se limita a ceder el tiempo para que el equipo de investigación y los estudiantes trabajen con mayor autonomía. El docente no estableció restricción alguna sobre el tema o palabra a tratar, aun cuando no formara parte de los contenidos curriculares, tampoco sobre la estrategia de abordaje.

La consigna hizo emerger en los estudiantes un tema que los preocupaba y movilizaba (el uso y consumo de drogas). Cada grupo trabajó de manera autónoma en la elaboración y producción de los mensajes. Lo desarrollaron con fluidez priorizando la experiencia propia.

En relación al uso de las tecnologías observamos que la elección del lenguaje estuvo condicionada por los recursos técnicos con los que contaban y que por otra parte los estudiantes no manifestaron preocupación por la carencia de habilidades o equipamiento.

Reconocemos mediante esta acotada experiencia, dos maneras de apropiarse del transmedia como estrategia para trabajar en el aula.

En un caso, la propuesta de producción transmedia funciona como estrategia organizadora de contenidos y del trabajo de cada integrante del equipo de manera colaborativa. Esta distribución del contenido establece un vínculo de tipo racional entre el productor del mensaje y el tema que aborda. Su tarea consiste en el tratamiento y desarrollo exhaustivo de un contenido pre acordado que contribuye a un discurso global planificado y consensuado con antelación. De esta manera se establece una coherencia entre los discursos particulares que permite construir la narrativa transmedia.

En el otro caso, la propuesta de producción transmedia funciona como una estrategia para la emergencia de la subjetividad. Como una oportunidad de decir, de contar la propia historia y en este sentido, como una posibilidad de democratizar la palabra. La relación que establece el narrador con el tema abordado tiene un mayor grado de afectividad y emotividad. El discurso transmedia, en este caso, puede no presentarse necesariamente como una narración coherente, pero sí como un espacio de contención de historias narradas en primera persona.

Bibliografía

- Jenkins, H. (2008). *Convince Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona Paidós.
- Lugo, M.T & Kelly, V. (2011). *El modelo 1 a 1: un compromiso por la calidad y la igualdad educativas*. IPE-UNESCO - Ministerio de Educación de la Nación. Disponible en: [link](#)
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Anuario ac/e de cultura

digital. Disponible en: https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_CScolari.pdf

Scolari, C. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. Ediciones Deusto. Disponible en: <http://www.fadu.edu.uy/estetica-diseno-ii/files/2013/05/119756745-1r-Capitulo-Narrativas-Transmedia.pdf>

Scolari, C. (2013). Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Anuario ac/e de cultura digital. Disponible en: https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_CScolari.pdf

Scolari, C. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. Ediciones Deusto. Disponible en: <http://www.fadu.edu.uy/estetica-diseno-ii/files/2013/05/119756745-1r-Capitulo-Narrativas-Transmedia.pdf>

LA PRODUCCIÓN TRANSMEDIA EN LA ESCUELA PÚBLICA: UNA EXPERIENCIA CON ESTUDIANTES SECUNDARIOS EN LA PERIFERIA DE RÍO CUARTO

Thüer, Sebastián

UNRC / sthuer@rec.unrc.edu.ar

Montbrun, Lorena

UNRC / lmontbrun@rec.unrc.edu.ar

Palabras claves: Tecnología educativa; TICS; comunicación y nuevas tecnologías; inclusión digital

Introducción

La incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación al espacio educativo lleva décadas de desarrollo en Argentina. Desde las primeras experiencias a mediados de los '90 con la conformación de laboratorios de informática y los centros tecnológicos comunitarios, hasta el reciente modelo 1 a 1 que propulsó el programa Conectar Igualdad, la inclusión de dispositivos tecnológicos en el aula lleva larga data y han sido parte de diferentes proyectos llevados adelante por este equipo de investigación¹.

¹ El equipo de investigación inicia su recorrido en el año 2003 con diferentes proyectos vinculadas a tecnologías de la información, educación y prácticas culturales. El

antecedente más inmediato es “Modelo 1 a 1 y la promesa de una educación inclusiva. Mediaciones, interacciones y procesos: el lugar de la comunicación en los programas estatales de incorporación de tecnología en las escuelas públicas del nivel medio de la ciudad de Río Cuarto”, aprobado por SeCyT, UNRC.

En la actualidad, la explosión de las redes sociales, el persistente incremento de la conectividad y la asequibilidad creciente de dispositivos, como los teléfonos inteligentes o smart phones, que permiten el consumo y la producción de contenidos de forma enteramente digital ha hecho que la tecnología, lejos de convertirse en un elemento disruptivo, se transforme en parte habitual de la vida cotidiana y un elemento central de comunicación. Por ello, este trabajo se planteó como una instancia de investigación para profundizar la mirada hacia las producciones generadas por profesores y estudiantes y, de este modo, avanzar en el diseño de una propuesta educativa y comunicacional que incorpore las narrativas transmedia. En concreto, nos propusimos emplear las narrativas transmedia para la construcción de relatos cuyo objetivo sea el de motivar, investigar y conocer acerca de un tema de interés de los estudiantes y profesores que vincule, además a diferentes áreas de conocimiento.

El presente trabajo propone iniciar el recorrido recuperando el concepto de transmedia como estrategia narrativa y ahondar en su valor educativo. Seguidamente, desarrollamos la propuesta presentada en una escuela pública de la ciudad de Río Cuarto, Córdoba, analizamos la experiencia, y presentamos algunos resultados preliminares del trabajo con la institución.

Las narraciones transmedia

El transmedia refiere, en su aspecto más general, a la creación de un ecosistema narrativo. La convergencia de medios, las narraciones extendidas y la producción crossmedia han permitido que cada producto se integre, sin perder su especificidad, en una red compleja basada en la interacción entre diversos elementos (Freeman, 2018). El concepto, introducido por primera vez por Henry Jenkins (2008) para explicar la expansión de relatos a través de diferentes medios y plataformas, ha cobrado singular relevancia para dar cuenta de una práctica extendida de las industrias culturales: usar múltiples tecnologías de medios para presentar información sobre un único mundo ficticio a través de una serie de formas textuales (Evans, 2011).

Scolari (2013), por su parte, sostiene que las historias pueden comenzar en varios formatos, pero no terminan allí: la participación de los receptores permiten ampliar estas narrativas hacia otros mundos con nuevas piezas textuales. Agrega, posteriormente, que la narración transmedia -como una categoría más pequeña de transmedialidad- se refiere al relato de historias que se desarrollan en múltiples plataformas.

Una de las fortalezas de la incorporación de la transmedialidad a las prácticas educativas es la posibilidad

de democratizar la palabra, al decir de Florez (2017) “incluir, dar la oportunidad a los estudiantes de contar una versión propia de los hechos, presentar sumirada sobre un tema, innovaren las prácticas educativas con inclusión” (p.139).

Las narraciones transmedia ponen el acento sobre el relato y permiten superar una visión falsamente innovadora, donde los nuevos medios están al servicio de respuestas repetitivas si un proceso de reflexión, comprensión y análisis crítico.

Narraciones transmedia en la escuela pública

La intervención educativa en las escuelas comienza en el segundo semestre de 2016. Para ello, se conformó una muestra intencionada que diera cuenta de la diversidad de prácticas y contextos. Se incorporan establecimientos de gestión y privada con diversidad geográfica. En el caso particular del IPEM 330 “Edgardo Prámparo”, se trata de una escuela secundaria pública, ubicada al sur de la ciudad de Río Cuarto en un sector urbano en consolidación. Fue creada en el año 2000, cuenta con 240 alumnos y ofrece un ciclo orientado en “Economía y Gestión de las Organizaciones” con especialidad en “Administración”.

En un primer acercamiento con la institución, y luego de acordar la modalidad de trabajo, se decidió involucrar al 5° año de la escuela con algunos alumnos de 6° que decidieran sumarse al proyecto. La metodología de trabajo fue realizar encuentros presenciales en el horario de la asignatura de lengua, con coordinación por parte de la docente, quien mostró interés por la propuesta y propuso recuperar algunas producciones ya realizadas por los alumnos.

El tema que centra la intervención educativa se construye a partir de un interrogante: ¿Dónde está la palabra? ¿Qué palabra? La gramática la nombra y la significa, pero su valor, su contenido, muta con el paso del tiempo. La consigna propuesta fue “hay que salir a buscar la palabra”, las de la ciencia, las de la conversación, las que viajan y circulan por las redes. La palabra imagen, la palabra literaria, la palabra del poema y de la canción. La palabra dicha, la no dicha y el silencio entre palabras (Asaad, 2016).

En el primer encuentro, se presentó el concepto de transmedia a través del diálogo sobre ejemplos concretos. Se propuso explorar y buscar modos de narrar para contar su propia realidad. Luego, coordinados por la docente, los estudiantes acordaron que la palabra sobre la cual querían trabajar fuera “desordenados”. El desorden de ellos mismos y del mundo. El desorden por contraposición al orden, pero también como acto de rebeldía frente a lo instituido. El desorden como realidad, como culpa, como prejuicio y como contexto.

En el segundo encuentro, los estudiantes comenzaron a trabajar sobre las historias, sus lenguajes, soportes y formatos. Se destaca, en este punto, el rol activo de los jóvenes, su compromiso con la actividad y responsabilidad

por convertirse en narradores. Se destaca, también, la participación de la figura docente como facilitadora en la realización de la actividad.

El tercer encuentro, por su parte, estuvo enteramente orientado a la realización y materialización de los relatos en diferentes soportes: ficción audiovisual, poesía y dibujo que fueron seleccionados por los propios estudiantes. Las herramientas que se utilizaron fueron las que están disponibles en la escuela, entre ellas los notebooks del programa Conectar Igualdad y también los dispositivos móviles de los propios estudiantes. Las escenas de ficción fueron grabadas en diferentes espacios de la escuela como las aulas, patios y pasillos. Los estudiantes, además de confeccionar los relatos y armar los guiones, asumieron diferentes roles en el momento de la producción, interpretando diferentes personajes, realizando tareas de asistentes de grabación y realizando los videos y fotografías.

Al finalizar el registro de cada una de estas narraciones, se confeccionó una escaleta orientativa para la edición final del video.

Resultados preliminares

La experiencia de intervención en la escuela nos demuestra que el protagonismo por parte de los estudiantes se constituye como eje principal y constitutivo en la construcción de los relatos. La elección de la palabra afirma un punto de vista original, propio de su contexto e identificador de lo que los jóvenes están atravesando. Poder resignificar contenidos utilizando diferentes formatos y lenguajes acordes a sus habilidades para expresarse y construir con sus pares.

En relación con la valoración docente sobre la participación de sus alumnos es muy positiva: “[Los alumnos] se sintieron muy cómodos, expectantes por no conocer sobre la temática y estuvieron predispuestos al trabajo colaborativo de grupo. Estaban motivados”. De este modo, se comenzó a integrar una estrategia educativa diferente y el rol docente se reconfigura como mediador y motivador de la experiencia hacia nuevas formas de interacción.

La integración de las narrativas transmedia como estrategias mediadoras en las prácticas educativas y además incorporando TIC permiten desplazar la enseñanza centrada en contenidos a la enseñanza centrada en el estudiante, convirtiéndose en protagonistas de sus propias historias, realidades y contextos a partir de un denominador común y significativo.

El desafío principal para el estudiante es tomar un rol activo, que genere intercambios con sus compañeros, búsqueda y valoración de la información disponible, lectura e interpretación de múltiples lenguajes y géneros, relación de esos contenidos y elaboración propia. En la transmedialidad, el acento está puesto en el trabajo interdisciplinario, en la construcción colectiva a partir de la complementariedad, la negociación, la puesta en

valor y la mirada crítica, aspectos fundamentales para el aprendizaje, la docencia, la investigación y también para el mundo laboral actual.

Bibliografía

Asaad, C. (2016). Tecnología Digital, Comunicación, Políticas Públicas de Inclusión y Escuela: una aproximación a la producción de contenidos con uso de TIC realizados por profesores y estudiantes en las escuelas secundarias públicas de la ciudad de Río Cuarto, Proyectos y Programas de Investigación 2016-2018. Secretaría Ciencia y Técnica, UNRC.

Evans, E. (2011). Transmedia Television: Audiences, New Media, and Daily Life. London and New York: Routledge.

Florez, P. (2017). Transmedialidad y Educación Superior en Entorno Virtuales: Una vuelta al mundo en 80 clics en Imperatore, A. y Gergich, M (2017) Innovaciones Didácticas en Contexto. Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.

Freeman, M. (2018). New Paths in Transmediality as Vast Narratives: The State of the Field en Brembilla, P. y De Pascalis, I. Reading Contemporary Serial Television Universes: A Narrative Ecosystem Framework. New York: Routledge.

Jenkins, H. (2008). Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

Scolari, C. (2013). Narrativas Transmedia, cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Grupo Planeta.

Scolari, C. (2014). Narrativas Transmedia: Nuevas formas de comunicar en la era digital, Tema 6, Anuario AC/E de Cultura Digital

CARTOGRAFÍA DE INSERCIÓN DE EGRESADOS DEL PROFESORADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL: Utilización de las herramientas digitales en las prácticas docentes

Vargas, Laura

FCC - UNC / ldvargasc@gmail.com

Moyano, Laura

FCC - UNC / lauragmoyano@gmail.com

Romero, Lucrecia

FCC - UNC / lucreciaromero12@gmail.com

Rodríguez, María Eugenia

FCC - UNC / meugerodriguez@gmail.com

Neild, Graciela

FCC - UNC / gracielaneild@yahoo.com.ar

Palabras claves: comunicación; educación, cartografía; herramientas digitales; práctica docente.

Introducción

El proyecto se enmarca en el campo de la Comunicación/Educación, donde se inscriben diferentes tópicos que van desde los estudios de los medios masivos de Comunicación, Nuevas tecnologías hasta la formación de comunicadores educadores en los ámbitos de la educación formal y no formal.

Es importante describir el campo de la Comunicación/Educación, sobre esto, el autor Jorge Huergo (Huergo, 2012) afirma que en ese campo se identifican vertientes de la educación y la pedagogía, por un lado, de la comunicación, por el otro, y de comunicación/educación. Al encuentro de éstas vertientes la entiende como una intersección donde podemos encontrar varias dimensiones a analizar: narrativas y ciudadanía, socialización con mediación de TICs, integración pedagógica de TICs en las secuencias didácticas y proyectos estudiantiles. En este sentido nos parece clave hacer dialogar estas secciones que abarcan la Comunicación, la Educación y las Herramientas digitales como proceso con densidad política, histórica y específica que se desarrolla en la práctica docente.

La comunicación en la Escuela Secundaria

En la década de los 90 se da una profunda transformación en el sistema Educativo Argentino sobre todo en el nivel secundario, donde muchos “egresados universitarios que no poseen título docente, sino títulos habilitantes” ejercieron como profesores de nivel secundario, esto trajo como consecuencia una demanda a las Universidades-Facultades de una formación pedagógica resultando de la “emergencia de profesorado de territorios y tribus académicas no contempladas en la oferta tradicional de formación docente”, sobre todo “de las nuevas disciplinas que tradicionalmente no se ofrecían en el conglomerado del sistema de formación docente” (Elgueta, Ficcardi y Balada, 2009)

A partir del año 2011 en el marco de las orientaciones definidas en el Consejo Federal de Educación, ingresa además como orientación específica. Esta decisión de política educativa significó integrar al currículum escolar y al de la formación de profesores, diversos espacios educativos que abordan temáticas vinculadas a este campo de conocimiento. (Salgueiro, 2016), por lo tanto la comunicación es una disciplina relativamente joven en las escuelas secundarias

En el año 2011 se implementa la carrera de Profesorado en la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba, cuyo título se articula con el de Técnico en Comunicación Social (Plan 1978) y (Plan 1993) Aprobado por la Resolución N° 1774/2010 del Ministerio de Educación de la Nación.

Para este proyecto se tomará el universo de egresados de los años 2013, 2014, 2015 y 2016 del Profesorado Universitario en Comunicación Social, cabe aclarar que algunos de estos egresados se encontraban llevando adelante sus prácticas profesionales en las escuelas desde hacía varios años y otros se insertaron mientras cursaban el profesorado y por último algunos egresaron y luego se insertaron en la docencia.

Como antecedentes el trabajo se enmarca en otras investigaciones y análisis realizados por el equipo de investigación en el espacio curricular del Taller de Práctica Docente I: Aproximación de saberes realizadas por los alumnos del profesorado (portafolios en formato blog), cuyo eje en este proyecto es realizar una observación amplia que incluye la localización y el reconocimiento de las prácticas de los graduados del profesorado en entornos digitales.

En la actualidad, el profesorado no cuenta con información sistematizada de los egresados y sus prácticas docentes. Este proyecto se propone realizar un relevamiento de la inserción de los egresados del profesorado en los Centros Educativos de la Provincia de Córdoba, y la aplicación de las herramientas digitales en su práctica docente. Las herramientas digitales son todos aquellos software o programas intangibles que se

encuentran en las computadoras o dispositivos, que se le da uso y se realiza todo tipo de actividades”.

Objetivo general

- Conocer la distribución cartográfica de la inserción de los egresados del Profesorado Universitario en Comunicación Social en el ámbito educativo formal secundario y la aplicación de las herramientas digitales en su práctica docente.

Objetivos específicos

- Conocer el aporte del profesorado en la práctica docente de los egresados
- Indagar sobre la aplicación de herramientas digitales en la enseñanza.
- Analizar el tipo de herramientas digitales implementadas en la práctica docente.
- Diseñar una cartografía sobre la inserción de los egresados en el ámbito educativo en las inspecciones regionales del nivel secundario orientado, que se divide el sistema Educativo de la provincia de Córdoba.

Materiales y métodos

Tipo de Investigación: Aplicada: según Murillo (2008), este tipo de investigación se caracteriza por buscar la aplicación de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad.

Nivel de estudio: Exploratorio y Descriptivo. Entendiendo al primero como el buscar, indagar, inspeccionar, reconocer; un estudio exploratorio es cuando un problema de investigación no tiene antecedentes o ha sido poco estudiado. Y el segundo como la descripción cualitativa y cuantitativa de las características fundamentales de fenómenos tal como se presentan en la realidad.

Métodos: Por las características de este proyecto se aplica lo que se denomina “triangulación de datos”, integrada por metodologías cuantitativas y cualitativas de trabajo. En la triangulación de datos se recolecta información de individuos y contextos, usando una variedad de métodos, reduciendo así el riesgo de que las conclusiones reflejen solamente los sesgos sistemáticos de un método único (Maxwell, J. 1996. P. 10).

Población y Muestra: La población se constituyó con la totalidad, 5 cohortes, de egresados del Profesorado Universitario en Comunicación Social.

Técnicas: Encuestas virtuales - Entrevistas - Mapeo - Búsqueda de información- Análisis de datos.

Criterios de selección: Criterios de inclusión: Egresados del Profesorado en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba. Criterios de exclusión: Todos/as los/as Licenciados/as y técnicos/as en Comunicación que no hayan realizado el trayecto del Profesorado en

Comunicación Social.

Importancia del proyecto-impacto

El profesorado Universitario en Comunicación social es una carrera nueva de grado que comenzó en el año 2011 y hasta la fecha no se ha indagado sobre la inserción de los egresados en el ámbito laboral, por lo tanto consideramos relevante conocer la trayectoria laboral y la valorización de la formación en ese ámbito.

El Impacto para el profesorado tiene varias líneas de acción, por un lado la revisión curricular del plan de estudio por otro lado conocer dónde y qué cantidad de egresados están insertos en espacios educativos públicos y privados y por último poder establecer políticas articuladas entre la Facultad, egresado e instituciones Educativas del Ministerio de Educación de la PCIA, para focalizar la formación de nuevos contenidos, intercambios de experiencia y fortalecimiento del territorio educativo logrado por los Comunicadores/Educadores.

Bibliografía

- Anuario. (2017). Córdoba: Facultad de Ciencias de la Comunicación.
- Balada, Elgueta, Ficcardi. (2009). Ciclos de profesorado en el proceso de institucionalización de las carreras de Formación Docente en Argentina. Mendoza: Universidad de Cuyo.
- Becher, T. (1989). Tribus y Territorios académicos. La indagación intelectual. En B. Tony. Barcelona: Gedisa.
- Cartografiar la formación. (s.f.). : <http://www.redalyc.org/pdf/1531/153149743001.pdf>.
- Eduardo, J. J. (s.f.).(1998) Formas de socialidad y construcción de identidades en el campo urbano popular. Universidad Nacional de Colombia.
- Elgueta, Pessino. (2017). LAS “OTRAS” CIENCIAS SOCIALES COMO CONTENIDOS ESCOLARES, ESPACIOS CURRICULARES, CARRERAS Y PROFESIONALES DE LA EDUCACIÓN. Mendoza: Universidad de Cuyo.
- Gaudelaj, V. (1996). Historia de vida y Sociología Clínica. Santiago de Chile: Sur.
- (2012). En J. Huergo, Sentidos Estratégicos de comunicación/educación en tiempos de restitución de Estado. Córdoba: Comunicación y Educación.
- Morales, Loyola, Compiladores Area, Diaz, Cabello, Quiróz. (2005). Los jóvenes y las TIC- Apropiación y uso en educación. Córdoba: Universidad de Córdoba.
- Murillo, W. (2008). La investigación científica. <http://www.monografias.com/trabajos15/invest-cientifica/investcientifica.shtm>.

COMUNICACIÓN / EDUCACIÓN EN EL

DESARROLLO DE INNOVACIONES EDUCATIVAS Y

ALTERNATIVAS PEDAGÓGICAS

EN LA PROVINCIA DE CÓRDOBA:

El caso del Plan de Finalización de Estudios Secundarios del Sindicato Regional de Luz y Fuerza

Zuccarino, César Rogelio

FCC - UNC / cesar.zuccarino@gmail.com

Bergesio, Mariana

FCC - UNC / bergesiomariana@gmail.com

Palabras claves: innovación; comunicación; educación; alternativas pedagógicas; sindicatos

El Plan FES nace desde una demanda popular por educación, la cual pasó a formar parte de las ofertas públicas - formales del Estado. Del vínculo interinstitucional (Sindicato Regional de Luz y Fuerza – Ministerio de Educación) surge este programa que se distingue en la modalidad de la EDJA en la provincia de Córdoba, cuyo requisito excluyente para los estudiantes, es pertenecer a una organización social. (Res. 563/15, p.2).

El programa facilita el acceso a la educación básica obligatoria, a través de su cursado virtual; sus mayores atributos tienen que ver con la oportunidad de acceder a la terminalidad educativa, superando obstáculos de tiempo y espacio, en la vida de las personas adultas, en su mayoría, trabajadores formalizados y distribuidos en una complejidad territorial de gran escala.

Por qué el Plan FES resulta una “alternativa” pedagógica El programa comprende desde su nacimiento un vínculo cooperativo/colaborativo entre las instituciones partes. Por primera vez el Ministerio de Educación integra como “socio” a una organización sindical para elaborar una oferta educativa formal.

El carácter virtual del programa promueve la libertad espacio-temporal del educando lo cual resulta significativo para su trayectoria educativa, puesto que hace “accesible” y autogestionable su nivel secundario.

Por lo anterior, el Plan FES es entendido como una “alternativa pedagógica”, puesto que contiene elementos que rompen con la tradición de la educación formal dominante.

Aquí se realiza un abordaje de la experiencia educativa desde el eje comunicación/educación. Esto permite evidenciar “alternancias” en las posiciones de los

sujetos pedagógicos, desde el (re)conocimiento del otro como una forma de lograr un respeto mutuo (Sennett, 2018). Esto es posible por prácticas educativas que devienen de dos acciones concretas que hacen a estos reconocimientos: 1) la validación que realiza el educador de los saberes socialmente productivos, al incluirlos en la currícula de la educación formal; 2) la generación de un espacio de comunicación librado a la decisión/elección del educando sobre su propia trayectoria.

Estas acciones llevan a un vínculo simétrico entre educador-educando, en los que ambos se posicionan como sujetos del saber. Cuando se alternan las posiciones de sujeto se hace más accesible cumplimentar la trayectoria.

El docente interpela a los estudiantes como “sujetos del saber”, y por esto, capaces de finalizar su escolaridad. Con estas bases, se desarrolla la confianza que el educando tiene de sí mismo. Así, el docente cumple la función como “facilitador” del proceso educativo. En la situación educativa, se pauta un recorrido basado en la responsabilidad y el compromiso, hasta obtener la acreditación educativa. Esta validación de saberes trae consigo otras (nuevas) posiciones de sujeto, diferentes a su trayectoria escolar anterior y que re-asumen a la hora de transitar por el Plan FES.

El hecho de que el educando se (re)conozca a sí mismo como sujeto del saber, lo motiva a significar su trayectoria educativa desde su propia confianza. En este proceso significativo las valoraciones de su futuro se modifican y el Plan FES se vuelve “oportunidad”.

El valor de una experiencia educativa formal con “sustento” comunicacional.

Desde que nació Plan FES la coordinación pedagógica promueve el desarrollo de diferentes innovaciones en el equipo de tutores. Estas buscan renovar estrategias e instrumentos de manera constante y surgen de verificaciones prácticas como de instancias de capacitación interna. Las tareas de diseño, desarrollo y evaluación permanentes se realizan insistiendo en el rol sustantivo de la comunicación en el acto educativo. De esta manera, y atendiendo las características de los sujetos destinatarios, el equipo docente ha estudiado bibliografía propia del campo de la comunicación, a fin de dar cuenta de algunas categorías como:

- aprendizaje significativo: parte del axioma de que “mundo conocido es aquel representado”. Esta afirmación es producto (fundamentalmente) de la lectura de Charles S. Peirce y de Claude Lévi - Strauss. Si la cultura es concebida como orden simbólico (Lévi Strauss: 1985) y este es la trama de índices, iconos y símbolos, el conocimiento representa diferentes niveles de construcciones cognitivas y de sus distribuciones sociales dadas en la vida cotidiana (Berger & Luckmann: 2009). El desafío es entonces garantizar el pasaje del conocimiento al saber (científico) asumiendo al trabajo como texto (Sennet, 2009). Esta “fuente” que desplaza político - epistémicamente la centralidad de la cultura letrada en el sistema educativo tradicional (Martín - Barbero, Rey: 1999), fuerza a atender la complejidad

simbólica implicada en prácticas laborales y trayectorias de vida, sumamente eficaces en “apropiaciones” de mundo y modos de ser en él. De esta manera, la metodología de trabajo, fuertemente atravesada por la “atención” a representaciones y lenguajes, se desarrolla a través de estrategias didáctico pedagógicas tales como:

- el aprendizaje basado en problemas: los estudiantes trabajan en grupos incluso en evaluaciones, entendiendo que estas representan una instancia más de aprendizaje. En este sentido, la tarea habilita la consulta con otros y a diversas fuentes a los fines de abordar - acompañados por el tutor - una situación problemática real o potencialmente real relacionada con su entorno físico y social. “El objetivo no se centra en resolver el problema sino en utilizar a éste como detonador para que los alumnos cubran los objetivos de aprendizaje y además desarrollen competencias de carácter personal y social”. (Fuerte: 2017)

- el aprendizaje colaborativo: recurrir al trabajo en grupos, a trabajar juntos, busca obtener de los alumnos los mejores resultados tanto en lo individual como en los demás. Promueve el desarrollo de habilidades, actitudes y valores en los estudiantes, vinculados a la gestión del proceso de aprendizaje y la participación activa y solidaria en la distribución y construcción de conocimientos. En este sentido, para Plan FES el trabajo grupal es fuente de resolución de los problemas (planteados en trabajos prácticos y evaluaciones) para elaborar soluciones colectivas.

- aprendizaje en línea: es el proceso de enseñanza y aprendizaje que (pre) dispone la Escuela Virtual (...) caracterizado “por una separación física entre profesorado y estudiantes pero con el predominio de una comunicación tanto síncrona como asíncrona a través de la cual se lleva a cabo una interacción didáctica continuada. El estudiante pasa a ser el centro de la formación al tener que autogestionar su aprendizaje (fundamentalmente sobre sus tiempos) con ayuda de tutores y compañeros”. (Ibid.)

- aprendizaje flexible: “Se enfoca en ofrecer opciones al estudiante de cuándo, dónde y cómo aprender. Esto puede ayudar a los estudiantes a cubrir sus necesidades particulares ya que tendrán mayor flexibilidad en el ritmo, lugar y forma de entrega de los contenidos educativos (...) incluye “el uso de tecnología para el estudio online, dedicación a medio tiempo, aceleración o desaceleración” de procesos de trabajo. (Ibid.). También se contemplan aquí soportes e instrumentos que favorezcan la continuidad de las trayectorias educativas

- aprendizaje híbrido: “Modalidad educativa formal donde bajo la guía y supervisión del profesor, el estudiante aprende de manera combinada: por una parte a través de la entrega de contenidos e instrucción en línea y por otra parte a través de un formato presencial en el

aula. El alumno bajo esta modalidad tiene la posibilidad de controlar algunos aspectos del proceso como el tiempo, lugar, ruta y ritmo, mantiene la posibilidad de interactuar con su profesor y sus compañeros.” (Ibid.)

- aprendizaje invertido, “Es una técnica didáctica en la que la exposición de contenido se hace por medio de videos que pueden ser consultados en línea de manera libre, mientras el tiempo de aula se dedica a la discusión, resolución de problemas y actividades prácticas bajo la supervisión y asesoría del profesor.” (Ibid.)
- el desarrollo del modelo de “itinerancia”: Si la Escuela Virtual lleva los contenidos allí donde se encuentre el estudiante, las Tutorías Itinerantes llevan al equipo de tutores a diferentes puntos de la provincia en los que puedan reunirse la mayor cantidad de alumnos que necesitan avanzar en sus consultas y evaluaciones presenciales. Por lo general se trata de personas que informan diversas dificultades para desplazarse geográficamente, por lo que el modelo de itinerancia (o escuela “nómada”) resuelve este obstáculo.

Conclusiones

Consideramos necesario seguir apostando a las investigaciones que abordan las innovaciones en materia educación. Creemos que el campo comunicación/educación, es el adecuado para desarrollar ofertas educativas que contemplen a los seres humanos y su ambiente. Por esto, creemos que esta experiencia de cooperación entre educación formal y sindicato es otro de los puntos necesarios para profundizar. Como experiencia política y de creación conjunta, el trabajo realizado se vuelve más democrático al propiciar una participación activa en el currículum por parte del gremio. El diálogo social es para nosotros una experiencia que establece, en principio, antecedentes para incorporar nuevos colectivos de estudiantes al sistema educativo. Por esto, el Plan FES es una experiencia que invita a la cooperación y a la inclusión social como innovación, para fortalecer el diseño y realización de políticas educativas que vayan más allá de lo que dicta el “mercado productivo globalizado” y contemple la generación de conocimientos situados, que mejoren la calidad educativa en su mirada integral de las personas.

Bibliografía

- Berger P. Luckmann T. (1995). La construcción social de la realidad. Buenos Aires. Amorrortu.
- Filmus, Daniel. (1992). Demandas populares por educación. El caso del movimiento obrero argentino, Buenos Aires, Aique.
- Fuerte Karina (2017). Glosario de Innovación Educativa. [En: <https://observatorio.tec.mx/edu-news/2017/9/25/glosario-de-innovacion-educativa#.XRYg6mTmMT4.whatsapp>]. Recuperado mayo 2019]
- Harris Paul. (2005). El Funcionamiento de la Imaginación. Buenos Aires, FCE.

Huergo, Jorge. (2010). Comunicación/Educación: Itinerarios transversales. En Carlos Valderrama, (Ed) Comunicación/Educación: coordenadas, abordajes y travesías, Bogotá, Siglo del Hombre.

- Levi Strauss Claude. (1985). Las estructuras elementales del parentesco. Barcelona. Planeta Agostini.
- Marafioti Roberto. (2004). Charles S. Peirce: El extasis de los signos. Buenos Aires. Biblos.
- Martín-Barbero Jesús, Rey Germán. (1999). Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Barcelona. Gedisa.
- Puiggrós, Adriana (1990). Sujetos, Disciplina y Curriculum en los orígenes del Sistema Educativo Argentino. Buenos Aires, Galerna.
- Sennet Richard (2009). El artesano. Barcelona. Anagrama.
- (2018). El respeto. Sobre la dignidad del hombre en un mundo de desigualdad. Barcelona, Anagrama.
- Sladogna, Mónica (2018). Sindicatos y Formación Profesional en Argentina: antecedentes y desafíos, Confederación General Del Trabajo (CGT) (Ed.), Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Aulas y Andamio.



EJE N°8



Comunicación formación profesional
y escenarios laborales

ESTUDIOS LONGITUDINALES DE TRAYECTORIAS LABORALES DE COMUNICADORES: UN ANÁLISIS COMPARATIVO

Blanco, Cecilia

berrone.cecilia@gmail.com

Caminos, Evelyn Daniela

caminosevelyn@gmail.com

Ruiz Pereyra, Magdalena

magdalena.ruizpereyra@gmail.com

Palabras claves: inserción laboral; comunicadores sociales; estudios longitudinales; México; España; Argentina

El estudio de trayectorias biográficas realizado por China Rodríguez (2013) en Islas Canarias, España, aborda a 10 directores de plataformas vinculadas al sector de la comunicación, de manera biográfica, desde un enfoque teórico fenomenológico. Lleva a cabo entrevistas semiestructuradas con preguntas abiertas e intenta dar cuenta, de manera descriptiva y contextual, de la crisis económica en su país y de cómo la incorporación de nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), en la estructura productiva de las grandes empresas periodísticas, así como el cierre de muchas otras, contribuye a que se modifiquen los perfiles profesionales en los medios y las dinámicas laborales. En particular, la tesis adquiere relevancia porque puede enlazar las trayectorias de estos profesionales (algunos incluso con carreras extensas en el marco de los medios de comunicación tradicionales) con una crisis económica, generadora de desempleo, que los lleva al paro y a buscar nuevas salidas, utilizando las TICS y creando micromedios locales.

La autora entiende que “*los flujos de trabajo se encuentran en un período de transición a medio camino entre el mantenimiento de las estructuras organizativas y productivas industriales tradicionales y la consolidación de un nuevo modelo que basa su funcionamiento en la utilización intensiva de las tecnologías digitales, los flujos de información, comunicación y conocimiento, y las estructuras organizativas en red*” (citando a Torrent y Ficapal, 2009, 10).

La autora no define el concepto de comunicador y/o periodista aunque sí habla de emprendedores y relaciona este concepto con el de auto-empleo y el de micromedios. Estos conceptos le permiten trabajar con sus entrevistados, los cuales crearon su propio empleo, su propio micromedio convirtiéndose en emprendedores. La autora define autoempleo, siguiendo a Manuel García (2008, p. 19), como “*la puesta en marcha de una actividad económica, por una o varias personas, con el objetivo fundamental de conseguir con ello ocupación o puesto de trabajo, siendo precisamente el trabajo su principal aportación e interés en la empresa*”. Para el caso puntual del estudio, *la actividad económica desarrollada por sus entrevistados fue la de crear y llevar adelante micromedios, como una oportunidad de negocios y una salida profesional. Asimismo, para que estos micromedios funcionen, la autora entiende los profesionales necesitan aprehender a reconocer oportunidades y lanzarse a intentarlo*. En tal sentido entiende que *el emprendedor debe aprender y entender que si bien la idea de la implementación de un negocio es importante, también lo es, tener una red de contactos sólida a quienes poder dirigirse*. En su estudio, de las personas entrevistadas, algunas vienen del modelo tradicional y cuentan con mucha experiencia en su ramo, aunque vieron en internet un nuevo espacio para desarrollarse con libertad. Ahora bien, la satisfacción de poder gestionar sus nuevos proyectos y dedicar el tiempo que deseen a su tarea, no los exime de unas condiciones de trabajo que fueron empeorando con el tiempo.

Los estudios longitudinales de movilidad social responden, habitualmente, a perspectivas sociológicas y económicas de la movilidad social. Estos estudios suelen trabajar con bases de datos poblacionales, para analizar, a partir de los conceptos de movilidad absoluta y relativa, en qué medida, sujetos pertenecientes a determinadas posiciones sociales del esquema de clases, cambian, entre un tiempo X y un tiempo Y, a posiciones sociales superiores, inferiores o quedan estancos. Algunos estudios estudian la movilidad intrageneracional, es decir, la movilidad que sufre un mismo individuo en términos ocupacionales, entre el primer trabajo y el trabajo que posee en el momento de realizar el estudio (Miguélez *et al.*, 2012 en Fachelli y Roldán, 2013). Es decir, la relación entre una posición inicial y la actual (Boado, 2008, en Fachelli y Roldán, 2013). Otros estudian la movilidad intergeneracional o, lo que es igual, aquella que se establece entre la posición del origen social del sujeto (medida, mayoritariamente, a partir de la ocupación o nivel educativo del padre) y su posición actual (ocupación o nivel educativo del sujeto en estudio). Estos estudios permiten valorar el cambio, transcurrido un tiempo, entre el origen social y el destino social de los individuos. Siguiendo esta línea de investigación, hallamos los trabajos de Sánchez Olavarria (2012a; 2012b; 2013; 2014) realizados en los años 2012, 2013 y 2015, en la Universidad de Altiplano, México. Estos estudios se centran en

10 generaciones de graduados de comunicación del período 1994-2003, lo cual conforma un universo de 352 egresados. La actualización del directorio de egresados permitió localizar solo a 195 de ese total, a quienes se les entregó de manera personal el cuestionario o se les envió vía mail. De ese total se recuperaron apenas 122 y, tras la fase de campo, al eliminarse los cuestionarios incompletos o sin contestar, quedaron 108.

En el primero de los estudios, se indaga a cerca de la movilidad profesional y generacional de los comunicadores y, se propone determinar la lógica de los desplazamientos de los mismos en el mercado laboral. Aquí las encuestas estuvieron conformadas a partir de dos variables: Movilidad ocupacional, y Movilidad generacional. La primera variable, estuvo conformada por los indicadores: Número de empleos, y Lugares de trabajo; mientras que la segunda categoría estuvo conformada por 3 indicadores: ámbitos de desempeño, salario, y bienes adquiridos. El análisis de los principales espacios laborales del comunicador permitió identificar 4 tipos de movilidad: la movilidad externa referida al tránsito ocupacional del egresado por diferentes instituciones; la movilidad interna relacionada con el desarrollo de carrera dentro de una misma empresa; la movilidad intergeneracional donde se comparan los salarios y algunos bienes de los padres de familia y el egresado; y la movilidad intrageneracional donde se analiza el primer empleo y el empleo actual del egresado (Sánchez Olavarría, 2012a).

El estudio realizado en el año 2013, por este autor, tiene como objetivo determinar los mecanismos de inserción laboral que permiten la incorporación de egresados de comunicación social al mercado laboral, y así identificar los requisitos y dificultades. Toma 10 generaciones desde 1994 hasta el año 2003 y recaba 108 cuestionarios del total.

Las variables empleadas fueron: Mecanismos de inserción, Requisitos formales, y Dificultades de inserción. Para la primera variable se utilizaron los indicadores: Relacionales, De mercado, y Autoempleo; para la segunda variable, se emplearon los indicadores: Documentos Oficiales, Experiencia laboral, Habilidades, y Factores socioeconómicos; en la variable Dificultades laborales, fueron seleccionados los indicadores: De formación, Laborales, y Personales. En lo referido al marco teórico, aquí, el autor rechaza la teoría del Capital humano de Becker, ya que no explica la relación entre educación y mercado, y se inclina por la teoría credencialista, la teoría del bien posicional, la teoría de la señalización y la teoría de la fila. (Sánchez Olavarría, 2014).

Combina temporalidad y género. Para la temporalidad divide en dos grupos: los que tienen entre 11 a 15 años en el mercado laboral y los que tienen entre 6 y 11 años. Cruza estos datos con el género.

Estas dos investigaciones del autor, se encuadran dentro del estudio “*Los Egresados de Comunicación y el mercado laboral: Un estudio de trayectorias profesionales*”. A partir de las variables “ámbitos de desempeño” y “etapas de desarrollo”, el autor construye 5 categorías de trayectorias profesionales. Se identificaron 3 ámbitos de desempeño: Comunicacional (de escritorio y de campo), Indirectamente relacionado (docencia), y No relacionado; y 2 etapas de desarrollo: Inicial, e Intermedia. Las categorías identificadas han sido: Comunicación inicial; Comunicación intermedia; Indirectamente relacionado inicial; No relacionado inicial, y No relacionado intermedio (Sánchez Olavarría, 2014).

Vale mencionar que, en estos tres estudios que se encuentran ligados, la información fue cruzada con las categorías de género y período de egreso. No obstante, si bien observamos que el autor ha incorporado el factor tiempo como elemento esencial del análisis, la referencia al contexto que, es aquí caracterizada por los cambios técnicos y organizacionales; los nuevos segmentos laborales; el desarrollo tecnológico, y las nuevas formas de contratación que han modificado el mercado de trabajo, no es mencionada más que como una necesidad de analizar las trayectorias profesionales de los comunicadores. Consideramos que, ligar este contexto con los resultados que han arrojado los estudios, hubiera sido crucial para una cabal comprensión de los mismos.

El estudio de Blanco (2016) se trató de un estudio longitudinal, enmarcado en la sociología del trabajo, de las profesiones y de la educación, que reconstruyó, retrospectivamente, la manera en que se desarrollaron las trayectorias de educación y de trabajo de tres cohortes de graduados de la ex ECI de la UNC, años 2000, 2002 y 2005. El total de sujetos entrevistados fue de 74, y se realizó una triangulación metodológica de planillas de acontecimiento longitudinales y entrevistas biográficas. El estudio entiende a las trayectorias como parte de las biografías de los sujetos y define a las biografías desde el modelo estructural de las temporalidades sociales de Godard (1996). A diferencia de los estudios antes mencionados este estudio realiza un análisis contextual que vincula a las trayectorias con factores estructurales y coyunturales.

Bibliografía consultada

- Blanco, C. (2016). Trayectorias de formación y de trabajo de graduados de comunicación de la UNC en un contexto heterogéneo. Un estudio longitudinal. Tesis de Doctorado. Doctorado en Estudios Sociales de América Latina, Centro de Estudios Avanzados (CEA), Universidad Nacional de Córdoba.
- China Rodríguez, M. S. (2013). TIC y transformaciones de las biografías laborales: los comunicadores en

- Canarias. Santa Cruz de Tenerife. Universidad Nacional de Educación a Distancia – UNED. Facultad de Educación. Trabajo Fin del Máster Universitario Comunicación y Educación en la Red: de la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento. Especialidad: Subprograma de investigación en tecnologías digitales en la sociedad del conocimiento. PDF
- Fachelli, Sandra y Pedro López Roldán (2013) *Análisis de Datos Estadísticos. Análisis de Movilidad Social*. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Sánchez Olavarría, César (2012a). La movilidad profesional y generacional del comunicador de la Universidad del Altiplano. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 14 (2), 150-165. Consultado en <http://redie.uabc.mx/vol14no2/contenido-sczolavarría2012.html> Consultado el 9 de marzo de 2018.
- Sánchez Olavarría, César (2012b). La práctica profesional del comunicador de la Universidad del Altiplano. Un panorama de su trayectoria. En *Perfiles Educativos*. Volúmen XXXIV, número 137, 2012. Pp. 119-144.
- Sánchez Olavarría, César (2013) La inserción laboral de los comunicadores de la universidad del altiplano. En *Revista de la Educación Superior*. Volú, en XLII (1), N° 165. Enero – marzo de 2013, Pp. 105-123.
- Sánchez Olavarría, César (2014) Los egresados de comunicación y el mercado laboral: un estudio de trayectorias profesionales. *Revista Universia*, Número 13, volumen V, año 2014. Pp. 40-54.

EL SALUDO INSTITUCIONAL INICIAL TELEFÓNICO COMO PRIMER CONTACTO ENTRE ORGANIZACIONES Y PÚBLICOS

García, Diego

UNISAL / diegomgarcia@gmail.com

Maciel, Evelyn Irupé

UNISAL / evelynirupemaciel@gmail.com

Maslein, María de los Ángeles

UNISAL / angie.maslein@hotmail.com

Palabras claves: comunicación; géneros; llamado; imagen; interacción

Las organizaciones tienen múltiples canales para comunicarse con sus públicos y cada uno de ellos revela aspectos que contribuyen a la construcción de la imagen institucional. Como sostiene Amado, “la institución no es un objeto material observable, sino que es percibida por las múltiples acciones que realiza y las distintas interacciones que tiene con el receptor” (Amado, 1999). Una interacción clave en esa relación es el llamado telefónico; un llamado con el potencial de ser un primer contacto donde comience la construcción mencionada.

La estructura del saludo empleada en esta primera interacción forma parte de un género del cual se tiene un conocimiento general pero que aún no ha sido abordado sistemáticamente: el *saludo institucional inicial telefónico (SIIT)*.

En esta oportunidad, nos proponemos definir e identificar las características propias del *SIIT*, para elaborar una estructura práctica que permita su enseñanza en la formación de comunicadores y, a su vez, pueda aplicarse en las organizaciones de forma eficaz y precisa.

Los resultados preliminares que hemos obtenido del análisis nos han permitido construir una definición del género y describir los elementos constitutivos en la estructura del *saludo institucional inicial telefónico*.

La presente ponencia forma parte del Proyecto de Investigación “Géneros profesionales en la formación disciplinar: el caso de la Licenciatura en Comunicación”³⁸, llevado a cabo por un equipo de la Universidad Salesiana desde el presente año, en el cual abordamos la problemática de los géneros profesionales en el marco del potencial campo de acción de un/a Licenciado/a en Comunicación. En este marco, hemos indagado acerca de uno de los primeros géneros con los que se encuentra el público al contactarse con una organización: el *saludo institucional inicial telefónico (SIIT)*.

Este saludo constituye un primer contacto, una primera impresión que reciben los públicos, mediante la que comienzan a construir una imagen conceptual de la organización. Si bien no es posible asegurar que este primer contacto sea siempre telefónico, sí es -indudablemente- un canal de gran relevancia.

Desde ahí, entonces, es que en esta instancia de la investigación buscamos relevar, analizar y sistematizar los *SIIT* de diversos tipos de organizaciones, a fin de determinar cuáles son sus rasgos comunes y elaborar una tipología que permita análisis posteriores y, quizás, la confección de recomendaciones de buenas prácticas para la elaboración de mensajes de este género.

³⁸ Se desarrolla bajo la dirección de la Lic. Antonela Dambrosio y cuenta con el financiamiento de la Universidad Salesiana Argentina (RES. CS. N°04/2019).

Desarrollamos nuestra investigación desde un enfoque pragmático-sociocognitivo (Heinemann y Vieghweger, 1998; Parodi, 2008, 2010, 2015) y, en esta línea, realizamos una aproximación multinivel de los géneros profesionales. Compartimos la concepción de Navarro (2012) de este objeto -aunque opte por la denominación de *discurso* profesional-, y concebimos a los géneros profesionales como “el conjunto de géneros discursivos que llevan a cabo los objetivos específicos de las organizaciones donde circulan. Estos constituyen prácticas discursivas que se encuentran estandarizadas y reguladas institucionalmente” (2012: 1297-1298).

Además del marco referido, trabajamos con aportaciones del Análisis del Discurso Institucional (Drew y Sorjonen, 2000), de la Sociolingüística Interaccional (Gumperz, 2001; Tannen, 2004) y de la Pragmática Sociocultural (Bravo y Briz, 2004).

En lo que respecta a los antecedentes, hasta donde llega nuestro conocimiento, no existen investigaciones que aborden el *SIIT* de manera específica y desde una perspectiva similar a la que nos proponemos desarrollar en nuestro estudio. Aun así, nos parece importante mencionar algunos trabajos que toman como objeto de estudio al saludo institucional ocurrido en el marco de interacciones de otro tipo y aquellos que lo analizan desde una perspectiva general.

Julián (2018) examina los saludos en interacciones en distintas instituciones de la ciudad de Bahía Blanca; mientras que Rigatuso (1987, 2008, 2011, 2013) incluye especificaciones en torno a este acto de habla dentro de sus estudios sobre interacciones institucionales, de servicio y sociales en la referida comunidad lingüística.

También destacamos el trabajo de Escamilla Morales *et al*, (2005) que abordan -desde una perspectiva semiolingüística- la cortesía y las relaciones de influencia en el marco de las conversaciones telefónicas entre empleados y clientes de una ferretería en Cartagena, Colombia. Asimismo, en este país, pero en la ciudad de Villavicencio, Aguilar Santiago (2018) aborda, entre otras cosas, la problemática de la falta de protocolos de bienvenida y despedida del personal de ventas en una panadería.

Por otra parte, Torres Serrano (2013) propone acciones en cuanto a lo corporal y gestual, que los empleados pueden llevar a cabo para mejorar la interacción cara a cara con los clientes de una empresa internacional en Ecuador.

En lo que respecta al saludo desde una perspectiva general, como acto de habla expresivo, resultan de consulta ineludible las aportaciones de Ferrer y Sánchez Lanza (2002) cuyas distinciones en torno a la construcción de los saludos constituye una herramienta que hemos recuperado para nuestro análisis.

Dada la ausencia de investigaciones específicas sobre el objeto de estudio de esta ponencia, nos proponemos realizar aportes sobre esta temática que resulten útiles no solo en el desempeño laboral de licenciados/as en Comunicación, sino también para las instituciones en general y las personas encargadas en desempeñar tareas de atención al público vía telefónica.

La muestra sobre la que trabajaremos en el presente resumen forma parte de un corpus en crecimiento y desarrollo. Hemos seleccionado para esta ocasión tres de los ámbitos considerados en el marco de nuestra investigación general, a saber: industrial, comercial -específicamente cervecerías- y empresas vinculadas con la comunicación (medios, entidades de control, empresas de servicios). Si bien no todas las personas que trabajan en estos tipos de organizaciones son necesariamente Licenciados/as en Comunicación, sí se valdrían de la misma fórmula o estructura de *SIIT* adaptada a sus necesidades para realizar sus tareas.

Para la conformación del corpus, hemos recolectado los datos mediante la observación participante y la grabación y transcripción de llamados telefónicos.

Hemos decidido contemplar únicamente el *saludo institucional inicial telefónico* para esta primera parte de la investigación, reservando para más adelante el análisis de otras formas como respuestas de mensajes en redes sociales o emails.

La muestra actual consta de veinte llamados telefónicos. La aproximación multinivel al corpus responde a los lineamientos básicos de Heinemann y Vieghweger (1998) y Parodi (2008, 2010, 2015) en lo que respecta a los parámetros a considerar en relación con cada género. A estos hemos incorporado otros en función de las características de los textos que conforman el corpus actual de nuestra investigación. Hemos organizado estas variables en las tres dimensiones de abordaje de los géneros propuesta por Cassany (2006): aspectos contextuales y socioculturales, aspectos discursivos y aspectos léxico gramaticales.

A los fines de este resumen, dada la extensión de la que disponemos, realizaremos consideraciones sobre el corpus total, sin distinguir los rubros de los diferentes *SIIT*. A continuación, presentaremos los resultados preliminares.

En lo que respecta a los aspectos contextuales y socioculturales, la primera cuestión a considerar es el propósito de los *SIIT*: identificar a la organización. Luego pueden o no tener otros propósitos como derivar a áreas específicas o resolver dudas sin intervención de personas.

Los participantes de las comunicaciones han sido personas o máquinas con personas grabadas. Del total de llamados realizados, el 64% fueron recepcionados por

personas y el 36% por máquinas. Para ambos observamos una mayoría de presencia femenina.

Por otra parte, en lo atinente a los aspectos discursivos de los SIIT, hemos registrado tres estructuras recurrentes en el corpus, que presentamos en orden de frecuencia decreciente: a) nombre de empresa (Ej. “*La Pacheca*”); b) agradecimiento+nombre de empresa+actos de habla directivos (empleando la forma de tratamiento *usted*) +desglose de listado de opciones (Ej. “*Gracias por comunicarse con Fibertel. Si desea comunicarse con soporte técnico de internet, marque uno (...) si no, aguárde y será atendido*”); y, en tercer lugar, c) nombre de empresa+fórmulas alusivas al tiempo (Ej. “*Don Tomás, buenas noches*”).

El primer tipo de saludo prevalece en cervecerías. Consideramos que quizás esto sea así debido al presuroso proceso de atención que caracteriza al rubro. Asimismo, la falta de consideración del teléfono como su principal canal de comunicación con los clientes, da lugar a hipotetizar que es por ello que no se ha trabajado el proceso de saludo inicial en este tipo de comercios.

El segundo tipo de saludo ha sido mayormente registrado en medios de comunicación y empresas industriales. La amplia ramificación interna que poseen estas organizaciones, y su consecuente público variado, justificaría su orientación hacia un saludo inicial extenso y con mayor cantidad de opciones.

Finalmente, el tercer tipo de saludo se observa en medios de comunicación y cervecerías. Connota cierta formalidad y busca generar -a través de fórmulas de cortesía lingüística- un vínculo cercano con el receptor.

Por último, respecto de los aspectos léxicos gramaticales, hemos advertido en nuestro corpus la recurrencia de las siguientes estrategias: a) empleo de actos de habla directivos (tienen lugar en aquellos SIIT a cargo de máquinas, concretamente en el despliegue de opciones que se ofrecen al cliente. Suelen adoptar la construcción “para+objetivo+pulsar/marcar+número”. Como parte de estas opciones, en la última suele indicarse la posibilidad de esperar y ser atendido por un operador, para cuya formulación se emplea el tiempo futuro. b) Uso de la fórmula de tratamiento *usted*; c) selección de formas estereotipadas de saludo (“Gracias”); e d) inclusión de formas alusivas al tiempo que alternan entre sus variantes en singular o plural y de acuerdo con el momento del día en que se efectúe la llamada (“Buen día”, “Buenas noches”).

A estos podemos sumar un aspecto vinculado con la prosodia de los saludos construidos únicamente con el nombre de la empresa: su pronunciación con entonación ascendente. Este rasgo da cuenta de que se trata de una instancia de apertura de la interacción y da lugar al inicio del intercambio, ya que habilita el turno de habla del

potencial cliente.

Con base en el análisis realizado, podemos definir al *saludo institucional inicial* como la primera forma de interacción entre una organización y el público que tiene como objetivo crear una imagen que se relacione con la identidad de la empresa. En el caso que abordamos en este trabajo, incorporamos el término *telefónico* para hacer referencia al medio en el que se desarrolla la interacción.

Bibliografía

- Aguilar Santiago, I. G. (2018). *Informe de práctica empresarial Panadería y Pastelería “La Chantilly”*, Facultad de Negocios Internacionales, (Trabajo de Titulación), Universidad Santo Tomás.
- Amado, A. y Zuñeda, C. (1999). *Comunicaciones Públicas: el modelo de la comunicación integrada*, Buenos Aires: Temas Grupo Editorial.
- Bravo, D. y A. Briz (eds.) (2004). *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona: Ariel Lingüística.
- Ciapuscio, G. E. (1994). *Tipos textuales*, Buenos Aires: Eudeba.
- Drew P. y M.L. Sorjonen (2000). “Diálogo institucional”, en Van Dijk, T. (comp.), *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria*, Barcelona: Gedisa Editorial, pp. 141-178.
- Escamilla Morales, J., Morales Escorcía, E., y Torres Roncallo L. M. (2005). “La expresión de la cortesía en algunas conversaciones telefónicas de carácter institucional en la ciudad de Cartagena, Colombia. Un aporte a los estudios contrastivos”, en *Actas del II Coloquio Internacional del Programa EDICE*, pp. 17 - 37. Costa Rica.
- Ferrer, M.C. y Sanchez Lanza, C. (2002). “Actos de habla expresivos”, en *Interacción verbal. Los actos de habla*, Rosario: Universidad Nacional de Rosario Editora, pp. 23-86.
- Gumperz, J. (2001). “Interactional Sociolinguistics: a Personal Perspective”, en Schiffrin et al. (eds.) *The Handbook of Discourse Analysis*, Massachusetts: Blackwell Publishers, pp. 215-228.
- Julián, G. (2018). “La dinámica del saludo en interacciones institucionales en español bonaerense”, en *Oralia*, Vol. 21 (2), pp. 243-269.
- Navarro, F. (2012). “¿Qué son los géneros profesionales? Apuntes teórico-metodológicos para el estudio del discurso profesional”, en A. Cristófalo y J. Ledesma (Eds.), *Actas del IV Congreso Internacional de Letras “Transformaciones CultuChiodiales. Debates de la teoría, la crítica y la lingüística en el Bicentenario”*, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Parodi, Giovanni (2010). *Academic and Professional Discourse Genres in Spanish*, Amsterdam/Philadelphia:

John Benjamins Publishing Company.

Parodi, G. (ed.) (2015) [2008]. *Géneros académicos y géneros profesionales: accesos discursivos para saber y hacer*, Valparaíso: Ediciones Universitarias de Valparaíso.

Parodi, G. y G. Burdiles (eds.) (2015). *Leer y escribir en contextos académicos y profesionales: géneros, corpus y métodos*, Santiago de Chile: Editorial Planeta Chilena.

Rigatuso, E. M. (1987). “Dinámica de los tratamientos en la interacción verbal. Preparación y apertura conversacional”, en *Anuario de Lingüística Hispánica*, Vol. 3, pp. 161-182.

Rigatuso, E. M. (2008). “¿Qué! ¿Tienen calor? Conversación de contacto en español bonaerense: de interacciones institucionales, de servicio y sociales, en *Oralia*, N°11, pp. 133-168.

Rigatuso, E. M. (2011). “¿De vos, de tú, de usted? Gramática y variación: hacia una reinterpretación de los pronombres de tratamiento en español bonaerense”, en Rebollo Couto y dos Santos Lopes (org.) *As formas de tratamento em português em espanhol. Variação, mudança e funções conversacionais. (Las formas de tratamiento en español y en portugués. Variación, cambio y funciones conversacionales)*, Editora da Universidade Federal Fluminense, Niterói.

Rigatuso, E. M. (2013). *Interacción, variación y cambio: estrategias comunicativas en la interacción comercial del español bonaerense actual*. Actas II Jornadas Beatriz Lavandera: sociolingüística y análisis del discurso, pp. 1437 - 1463. Ciudad autónoma de Buenos Aires.

Tannen, D. (2004). “Interactional Sociolinguistics” en Ammon, U. et al., *Sociolinguistics. An International Handbook of the Science of Language and Society*, Vol. 1, Berlin and New York: Walter de Gruyter, pp. 76-88.

Torres Serrano, A. (2013). *Manual de servicio al cliente para Austro Financial Services*, (Trabajo de Titulación), Universidad Tecnológica Israel, Quito, Ecuador.

Fuentes consultadas

“Create a Professional Automated Attendant Script” (2019) The Ballance Small Business, <https://www.thebalancesmb.com/professional-automated-attendant-scripts-2533702>

“How to Answer the Phone Professionally at Your Business” (2019) The Ballance Small Business, <https://www.thebalancesmb.com/how-to-answer-the-phone-properly-2947153>

“La comunicación con el cliente. Venta telefónica” (s/f) ANS, <http://hup.com.es/cursos/formacion-13/documentos/09-formacion tic 13.pdf>

“Manual de atención al cliente y del proceso de ventas” (s/f) Wellness and Sport Consulting, <https://www.wscconsulting.net/calendario/manualdeventas.pdf>

“Protocolo de atención al cliente por teléfono” (2015) Repares S.A., <https://es.slideshare.net/kmiilolopezpixmapel/protocolo-de-atencion-a-un-cliente-por-telfono>

LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA: TELEFONÍA MÓVIL Y PERIODISMO MÓVIL

García Lucero, Dafne FCC - UNC

Koci, Daniel Alejandro FCC - UNC / UNVM

Cipolla, Francisco FCC - UNC

Nadalín, Silvia Cristina FCC- UNC

Oliva, Alexis Darío FCC - UNC

Roldán, Alejandro Raúl FCC- UNC

García, Rodrigo FCC - UNC

Muñoz, Douglas David FCC - UNC

Salas, Maximiliano FCC - UNC

Palabras claves: telefonía móvil; periodismo móvil; nuevos medios de comunicación; actividad profesional del periodista; acceso a la información periodística

Dentro de los avances tecnológicos del siglo XX en materia comunicacional destacamos el desarrollo del teléfono y como uno de los más relevantes de las últimas décadas, la telefonía móvil. Tan es así, que su aparición y consolidación ha modificado nuestra cotidianeidad de manera permanente. En sus comienzos, el teléfono permitió extender las posibilidades comunicativas entre las personas más allá de las distancias. Así, la comunicación interpersonal que siempre había requerido de la gestualidad y del contexto, ahora es posible gracias a la primacía de la oralidad. Los usos del teléfono móvil se han multiplicado, superando la función básica de comunicar. Ha dejado de ser un medio de comunicación a distancia, como lo fuera el teléfono de Graham Bell. En la actualidad, potencia funciones combinándose con una agenda, una computadora, una cámara de fotos, una filmadora, un equipo de juegos y otro de acceso a internet. Esta evolución polifuncional hace imprescindible considerar la necesidad de la pantalla como dispositivo. Este soporte tradicionalmente relacionado al cine y a la televisión, y más recientemente, a internet, ahora excede sus propios límites.

Asistimos a una comunidad interconectada cuya singularidad fundamental viene determinada por la movilidad. Las pequeñas pantallas y los teléfonos móviles se constituyen artífices dentro del nuevo ecosistema de medios. En un contexto dominado por la movilidad aparecen cambios que se vinculan al espacio de consumo de la información y surgen nuevos contornos que sugieren repensar estrategias a partir de las cuales poder readaptarse con facilidad.

Estos modernos escenarios demandan contenidos breves, sencillos, claros y concisos, capaces de ser visualizados en un espacio muy breve de tiempo. La lógica de *always on* (siempre conectado) altera los tradicionales ámbitos en los que se empleaban las tecnologías y surgen nuevos contextos de consumo.

De este modo, el periodismo vive un proceso de cambios e innovaciones que repercuten directamente en los contenidos, en los profesionales y en los propios usuarios. Aunque la esencia, las propiedades y la ética de la profesión periodística se mantengan inmutables, es cierto que el nuevo escenario, dominado por la información ubicua y los dispositivos multiplataforma, requiere una conversión de la naturaleza de la información.

En el mismo sentido, Sánchez y Aguado opinan que la llegada del teléfono móvil provoca una transformación en el concepto original de periodismo desde el punto de vista de la estructuración, con el surgimiento de nuevas modalidades expresivas, aunque destacan que la manera de producir información sigue siendo la misma (Sánchez y Aguado, 2010: 6 citado por Ulloa Erazo y Rodríguez, 2014: 391)

El periodismo móvil puede entenderse desde el punto de vista de la generación de contenido noticioso usando móviles, y también desde la utilización de los móviles como canal de distribución de la información. Bajo la primera acepción, se hace referencia al “tratamiento de la información periodística que permite el envío y la recepción online de textos, imágenes estáticas (dibujos, fotografías, infografías, etc.), imágenes dinámicas y sonidos de manera integrada, así como la participación de los ciudadanos, convertidos en generadores y evaluadores de contenidos, todo ello utilizando las posibilidades tecnológicas de la (última) generación de la telefonía móvil” (NORIEGA Y COBOS, 2013: 51 citado por Colle: 2013)

Los dispositivos móviles disponen de características específicas que conviene mencionar: Geolocalización, contexto, compartir, integración, distribución, hacer seguimiento. (ESPINOZA, 2011 citado por Ulloa Erazo y Rodríguez, 2014: 394)

En consecuencia, los adelantos tecnológicos, la accesibilidad de los teléfonos móviles y sus aplicaciones, nos presentan un panorama novedoso con múltiples

aristas por analizar. En ese sentido, los nuevos usos y costumbres atribuidos al teléfono móvil nos permiten preguntar acerca de su potencial como medio masivo de producción y circulación de contenidos periodísticos.

A partir de lo expuesto, también se justifica la indagación sobre los cambios en las rutinas periodísticas, las potencialidades y limitaciones que experimenta el perfil profesional del periodista en el entorno móvil a nivel legal, técnico y de manejo de la información.

Bibliografía

COLLE, Raymond (2013) *compitador. Hacia el Periodismo Móvil*. Revista de Mediterránea de Comunicación. Santiago de Chile, Chile

ULLOA ERAZO, Nancy Graciela y SILVA RODRÍGUEZ, Alba (2014) “La influencia de las redes sociales en las versiones móviles de los medios digitales”.

ENCRUJADAS DE LA IDENTIDAD DISCIPLINAR/PROFESIONAL EN LA ENSEÑANZA DE LA COMUNICACIÓN EN LA ESCUELA SECUNDARIA.

APORTES PARA PENSAR LA FORMACIÓN Y LOS PERFILES EN LA INSERCIÓN LABORAL

247 

Martino, Bettina

**UNCuyo - Fde CP y S - Centro de Estudios,
Investigación y Prácticas en Comunicación y Educación**

Palabras claves: formación; incumbencias; profesorado; comunicación; educación

Presentación

En el presente trabajo abordamos algunas encrucijadas de la identidad disciplinar/profesional de comunicadoras y comunicadores sociales. Nuestro estudio se circunscribe al ámbito específico de la docencia en el Nivel Secundario, espacio de inserción laboral en el que observamos: por una parte, problemas en relación con el sentido de la enseñanza de la comunicación, su especificidad y su

papel como materia de fundamento; por otra, demandas a las y los docentes de tareas propias de otras áreas o especialidades de la profesión de comunicador/a, con la consiguiente sobrecarga de tareas y la falta de remuneración por las mismas.

Sobre profesiones e identidad profesional

En la división social del trabajo, una profesión implica un saber específico que garantice un ámbito de competencia. Las profesiones se construyen a través de mecanismos de afirmación y exclusión que suponen disputas sobre la legitimidad y las fronteras respecto de un saber especializado, además de mandatos, misiones e identidades que, en nuestro caso, se encuentran a veces desdibujadas.

La identidad profesional, por su parte, alude a conocimientos, prácticas y comprensiones comunes acerca de un sector de la realidad sobre la cual esa profesión tiene “jurisdicción”. Esta identidad se produce y reproduce por las trayectorias educativas compartidas y la socialización ocupacional, e incluso por la existencia de organizaciones o asociaciones profesionales (Hirsch Adler, 2013).

Julia Evetts considera erróneo priorizar los rasgos de homogeneidad y unidad de una profesión y sostiene, por el contrario, que la mayoría de las profesiones están compuestas por grupos de especialistas que, si bien comparten antecedentes en común, se han ido concentrando en un área específica de trabajo. El equilibrio entre unidad y diversidad dentro de una profesión afecta e influye el sentido de identidad compartida. Creemos que este es el caso de comunicadores y comunicadores.

En el campo académico de la Comunicación, las dificultades relacionados con la identidad disciplinar y profesional son de larga data y remiten tanto a las discusiones acerca de la definición del objeto de estudio y el estatus epistemológico, cuanto a la variedad de objetos socio-profesionales que forman parte de la formación.

Hace veinte años atrás, Washington Uranga (1999) señalaba que la práctica de la comunicación había constituido y construido el concepto de comunicador, pero que los parámetros que establecían su condición no eran lo suficientemente claros y las orientaciones de las carreras tampoco aportaban mucho al respecto.

Recientemente, el Observatorio de las Profesiones de la Comunicación señaló que la complejización de la profesión corre el riesgo de abarcar demasiado y perderse en el terreno baldío de la falta de precisiones (Cianelli y Franco, 2017).

¿Cómo llegamos a esa variedad inabarcable y con la que no logramos tener una relación de exclusividad? La respuesta requiere repasar aspectos relacionados con las particularidades del campo académico de la comunicación.

El caso de profesoras/es de Comunicación Social de escuelas secundarias en Mendoza

En 16 entrevistas semi-estructuradas tomadas a profesoras y profesores de comunicación social de escuelas secundarias de la provincia de Mendoza³⁹ pudimos observar un denominador común: por una parte, las dificultades encontradas en la medida que colegas y niveles directivos no pueden visualizar con claridad qué función cumple y qué se hace en la materia denominada “Comunicación Social”. La primera señal de este problema se relaciona con aspectos de la identidad disciplinar. Comunicación, es puesta bajo la coordinación de otras áreas:

“Bueno, uno de los obstáculos y lo he sufrido mucho este año es que no está claro para los directores en qué área está comunicación.” (Sonia)

“...la persona que me está todo el tiempo examinando a mí es un profesor de lengua, no tenemos absolutamente nada que ver, ni siquiera en la forma de abordar una clase y él hasta se disculpa.” (Inés)

“Llegué y me enchufaron: comunicación está en el área artística entonces tenés que estar con el de plástica. Después pasamos a lengua...” (Raúl)

Asimismo, nuestras/os entrevistadas/os señalan las dificultades en el reconocimiento de la necesidad o la importancia del espacio de enseñanza de la comunicación en muchas escuelas:

“¿Cómo es vista la materia en el concierto del resto de las materias en las escuelas?

Es un relleno, es un relleno, nadie sabe muy bien para qué está”. (Mariana)

“Por lo general, sinceramente, es como que no nos dan mucha pelota, porque realmente no nos tienen mucho ‘respeto’...Si es comunicación no es tan importante...eh...o bueno ellos que nos ayuden en el acto o que te hagan un power point” (Marta)

“Es una materia básicamente curricular como lengua como matemática como cualquier otra, y que ese perfil de taller muy entre comillas se lo tenemos que potenciar, no como una cuestión de diminutivo, ‘ah...el taller’, ‘ahora viene el tallercito de comunicación.” (Rubén)

39 Las entrevistas fueron realizadas en el marco de mi tesis de doctorado “La configuración del espacio de enseñanza de la comunicación en la escuela secundaria en Mendoza: desafíos disciplinares y de la profesión”, actualmente en proceso de corrección.

Finalmente, son numerosas las demandas por parte de la institución escolar de tareas comunicacionales no relacionadas directamente con el rol docente:

“Y...el creer que el profe de comunicación hace todo. Entonces te dan la grilla para el acto, quieren que vos estés de locutora, quieren que saques la foto, quieren que filmés y llega un momento que el docente se satura frente a esa demanda constante.” (Sonia)

“Mirá, desde que estoy trabajando que cada vez que hay algún conflicto o algún problema en la escuela, tus compañeros te dicen ‘esto es un problema de comunicación’.” (Mario)

“Me pasó el año pasado concretamente, había un problema de lo que fuera: ‘vos que sos comunicadora, cómo vas a resolver este tema’. Era como que sos viste...la que resuelve temas...Los profesores: ah, sos periodista. Clavado.” (Laura)

“Me fui desligando de esas cosas cuando me empezaban a decir che, mirá que hay que hacer un video, que podríamos hacer el video institucional, que podríamos hacer el historial de la escuela...¿Querés que hagamos un acto? Bueno. ¿Hacemos un video para el acto? Hacemos el video para el acto. Pero ya todo lo demás, análisis institucional, comunicación institucional, o publicidad...” (Néstor)

Las profesoras y profesores de comunicación evidencian una enorme capacidad de generar entrecruzamientos enriquecedores con docentes de otras disciplinas. Crean y recrean los sentidos de la enseñanza e incluso de la existencia misma del espacio de comunicación en el ámbito escolar, y contribuyen con ello a generar nuevos perfiles para el ámbito educativo. Sin embargo, en relación al problema que presentamos, se hace necesaria una vigilancia crítica de la formación y las condiciones de su inserción laboral, que mayoritariamente es precaria e inestable.

Algunas pistas para interpretar las encrucijadas de la identidad de comunicadoras y comunicadores

Sólo a modo de referencia para esta presentación escueta, podemos mencionar los aspectos propios del campo que consideramos han incidido (y aún inciden) en las encrucijadas de la identidad disciplinar/profesional. El análisis requiere usar tanto la lente epistemológica como la praxeológica (Fuentes, 2015). La formación de comunicadoras/es se sostiene en una gran heterogeneidad de saberes (no necesariamente

científicos) y prácticas, que proceden de ámbitos diversos y que se reúnen con variado grado de articulación en las instancias de formación. A medida que la esta se fue desidentificando del periodismo, se comenzaron a asumir como propios temas y problemas comunicacionales con un enorme grado de expansión, pero sin lograr articularlos ni definir formas coherentes de abordaje. Del conjunto de las prácticas y saberes que incluye el campo académico de la comunicación, sólo algunos tienen pretensiones científicas, otros han sido construidos en los ámbitos profesionales -como el del periodismo, el de la publicidad, el mkt, etc.- y algunos provienen del ámbito de las organizaciones sociales -como la comunicación comunitaria o la educomunicación-, y sus diálogos no han sido todo lo fluidos que desearíamos. Esta situación ha tenido una doble lectura: por una parte, la de quienes consideran este estado como una ventaja y, por otro, quienes alertan acerca de la dispersión, fragmentación y falta de precisión, que deviene en dificultades de inserción, niveles de inestabilidad y precarización.

A modo de cierre

Al pensar esta problemática ponemos en el centro del debate el rol que tienen las instituciones formadoras en la delimitación del ámbito de acción y la construcción de la identidad profesional. Guillermo Orozco Gómez ha señalado que una de las particularidades de la formación de comunicadoras/es es la preparación para campos que escapan a su control o al de las instituciones formadoras, porque están regulados por criterios económicos y políticos que les exceden y sobre los que tienen escasa incidencia. El autor invita a las universidades a pensar y generar campos educativos fundados en otras premisas, con autonomía relativa respecto del mercado o la esfera política, lo cual contribuiría a su vez a construir la propia identidad profesional. La lucha por la creación del espacio de comunicación en el ámbito escolar es un ejemplo de esa función de la universidad y, frente a la creciente reducción que viene experimentando desde 2015, es nuestra responsabilidad pensar competencias y nuevos perfiles para un campo profesional que representa la mayor parte de la inserción laboral de nuestras/os graduadas/os.

Bibliografía

Evetts, Julia (2003). *Identidad, diversidad y segmentación profesional: el caso de la ingeniería*. En Mariano Sánchez-Martínez, Juan Sáez y Lennart Svensson (coords.), *Sociología de las profesiones. Pasado, presente y futuro*, Murcia: Diego Marín Librero Editor, pp. 141-154.

Fuentes Navarro, Raúl (2015). *Centralidad y marginalidad*

de la comunicación y su estudio. Guadalajara, México: ITESO.

Hirsch Adler, Ana (2013). Elementos teóricos y empíricos acerca de la identidad profesional en el ámbito universitario. *Perfiles Educativos*. XXXV(140), pp. 63-81

Uranga, Washington (1999). Reflexiones sobre los nuevos roles y responsabilidades del comunicador social. *Revista Ciencia y Cultura* (5), 40-50.

Cianelli, Mariana y Franco, Facundo (2017). Relatoría III Seminario del Observatorio de las Profesiones de la Comunicación Miradas cruzadas sobre los comunicadores 26 y 27 de julio, Facultad de Información y Comunicación Universidad de la República.

CON LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA COMO ESCENARIO.

DESAFÍOS A LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS COMUNICADORES SOCIALES

Yañez, Paulina Celia

UNRC / paulinacyanez@gmail.com

Pugliese Solivellas, Verónica Lucía

UNRC / Federación de Cooperativas de Trabajo del Sur de Córdoba Ltda. veronicaluciapugliese@gmail.com

Palabras claves: experiencias; integración; intervención; comercialización; ESS

Sistematizar y reflexionar acerca de los escenarios laborales de los comunicadores sociales aparece siempre como un desafío permanente lleno de nudos, incógnitas, preguntas, huecos y, también, nuevas formas del hacer siempre dinámicas y por seguir descubriendo.

La experiencia a sistematizar da cuenta de las prácticas emergentes que se ponen en juego al poner en plena relación la teoría, metodologías y métodos (también técnicas y herramientas) y práctica social.

En la Universidad Nacional de Río Cuarto, las prácticas socio comunitarias (PSC) se presentan como dispositivos de intervención que vinculan la Universidad con la Comunidad en una relación de doble vía (comunicación, diálogo, cooperación). Fueron institucionalizadas en todas las Facultades luego que el Consejo Superior aprobará su implementación en el año 2009. En el

proyecto que acompaña a dicha resolución puede leerse: “Se trata de proyectos que contribuyan a la comprensión y resolución de problemas: sociales (salud, educación, trabajo, vivienda, organización social, pobreza, discapacidad, etc.), medio ambientales (contaminación, degradación de suelos, incendios, energías alternativas, etc.) o económico-productivos producción, soberanía alimentaria, etc.). Como podrá apreciarse, las prácticas no se restringen solamente a contextos de pobreza o vulnerabilidad social, sino que pueden involucrar servicios que la Universidad presta en diferentes ámbitos, articulados con los aprendizajes de los estudiantes. Tampoco se trata de servicios a instituciones que pueden autofinanciar estas actividades (organización de micro emprendimientos, cooperativismo, nuevos modelos de (instituciones privadas, medianas o grandes empresas, etc.)”.

Las PSC suponen cambios en los modos de pensar las relaciones con el territorio, el conocimiento, los aprendizajes, la institución y el currículo. Trabajar con aprendizajes situados, en contexto es uno de sus objetivos principales al tiempo que suponen que la secuencia de contenidos y actividades las determinan las necesidades de intervención y no la lógica disciplinar.

Aquí las pensamos, además, como una forma posible para desatar los nudos, proponer respuestas a las preguntas, llenar los huecos y re inventar las formas no sólo del ejercicio de la profesión sino del proceso de enseñanza y aprendizaje de nuestras asignaturas. El proceso que sistematizaremos, entonces, pretende recuperar las miradas de los actores participantes.

Sobre la demanda y los actores involucrados

El proyecto surge a partir de la vinculación del equipo docente con la Federación de Cooperativas de Trabajo del Sur de Córdoba (CTF). La existencia de graduados de nuestras carreras acompañando, promoviendo e integrando el espacio generó condiciones de viabilidad para las intervenciones comunicacionales.

Por otra parte, las acciones planificadas y ejecutadas también son pensadas como respuestas a las necesidades planteadas en el Relevamiento realizado por el Consejo Social Universitario durante el año 2017 a organizaciones e instituciones de la ciudad y la región. Entre las demandas emergentes en el área “Desarrollo económico en relación al sistema productivo y economía social” aparece: “Marketing, comercialización y ventas” y “Prácticas de estudiantes avanzados en organizaciones de la economía solidaria”.

Asentada en la ciudad de Río Cuarto pero con proyección al sur de la provincia, CTF se presenta como una entidad de segundo grado ya que está integrada por once cooperativas de diferentes ramas de actividad que nuclean a 232 trabajadores.

Actualmente, una línea de trabajo fundamental para

la Federación es el trabajo articulado para el consumo *colectivo y justo*, no sólo por/para los asociados de las cooperativas que la integran, sino también por/para/con la sociedad toda.

Diferentes estrategias y operativos han sido puestos en marcha en este sentido: por un lado, la conformación de una Cooperativa de Consumo y Vivienda Mercosol Limitada que si bien no integra formalmente la Federación articula todas sus actividades con esta entidad. Por otro lado, la realización de operativos de compra y venta de alimentos en conjunto (bolsones de verduras, hortalizas, frutas, leche, yerba, arroz, etc.) que se articularon en una primer etapa con los asociados a CTF para luego incluir otros actores como nuevos productores familiares, instituciones educativas, ONG´s y el INTA, con el objetivo de fortalecer los canales alternativos de comercialización (ferias y ventas directas) y el intercambio de saberes para potenciar la producción.

Además, el proyecto de organización del consumo pretende fortalecer, en particular, a Codauquen y La Soberana, ambas cooperativas de trabajo productoras de alimentos, asociadas a CTF. Ambas necesitan dar un salto en su capacidad productiva.

Las cátedras involucradas se encuentran en cuarto año de la carrera de Comunicador Social / Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto, forman parte del grupo de asignaturas orientadas a la formación en *Comunicación Institucional y Desarrollo*. Por estos espacios cuatrimestrales pasan un número de estudiantes que oscila entre 10 y 20 al año.

Sobre las intervenciones

Para pensar en nuevos modos de vincularnos con las organizaciones y los territorios, nuevas miradas, abordajes y aprendizajes para/con los estudiantes resulta perentorio establecer acuerdos que se sostengan a través del proceso. En esta experiencia, esos acuerdos tomaron (y toman) la forma de objetivos pensados para las cátedras y los estudiantes por un lado y para las organizaciones de la comunidad por otro. Responder a esa integralidad aparece como una fuente inagotable de aprendizajes.

Objetivos generales

Para las cátedras y los estudiantes:

- Favorecer la emergencia de espacios y momentos para prácticas comunicacionales concretas que permitan el desarrollo de aprendizajes significativos en el marco del encuentro con las organizaciones de la economía social nombradas

Para la comunidad:

- Vincular conocimientos, prácticas, acciones e intervenciones de comunicación en pos de fortalecer el proyecto de comercialización y consumo de tres cooperativas y los emprendimientos productivos asociados a ellas.
- Sistematizar información y conocimientos en relación a estos modos de comercialización y consumo.

Objetivos específicos

Para las cátedras y los estudiantes:

- participar en la planificación, construcción y ejecución de intervenciones comunicacionales en torno a la demanda organizacional de las entidades de la economía social y solidaria participantes del proyecto
- generar discusiones y conceptualizaciones sobre el rol de la comunicación en el marco de las organizaciones de la economía social y solidaria.
- facilitar el reconocimiento de espacios laborales emergentes para el ejercicio profesional

trabajo conjunto con la comunidad:

- fortalecer el desarrollo de una experiencia de consumo organizado favoreciendo el posicionamiento de los puntos de venta que se inaugurarán en la ciudad.
- Dar a conocer a la comunidad local las propuestas de valor de las cooperativas vinculadas a la producción y comercialización de alimentos
- evaluar y medir los logros y los alcances de los procesos desarrollados en el marco de la puesta en marcha de los dos puntos de venta de alimentos cooperativos

El proyecto comenzó con un primer grupo de actividades que tenían la finalidad de generar condiciones de posibilidad para la intervención, estableciendo acuerdos, negociando lo que, a primera instancia, aparecía como demanda. Para ello se produjeron una serie de encuentros. Primero quienes participamos fuimos las integrantes del equipo docente y los asociados a las cooperativas; luego se sumaron los estudiantes.

Nos propusimos obtener información de las cooperativas como punto de partida. Para ello invitamos a que los estudiantes formen grupos, uno para cada una de las Cooperativas. Una vez divididos, avanzaron en los primeros contactos de modo de conocer el estadio organizativo de cada una e indagar sobre las demandas y necesidades comunicacionales. Si pudiéramos marcar un gran aprendizaje de este proyecto fue el habernos corrido

como docentes en ese momento inicial. Fueron los y las estudiantes quienes iniciaron y sostuvieron los contactos y los espacios, siendo nuestro rol el de acompañamiento, papel necesario pero no protagónico. Podríamos esbozar como

hipótesis inicial que ese alejamiento producido en esas primeras instancias haya sido una de las principales razones del altísimo compromiso que se vio en los estudiantes en esta edición. La práctica los posicionó en el rol de profesional comprometido, asumiendo las tareas y las actividades necesarias, gestionando los acercamientos a las organizaciones y coordinando producciones semanalmente, lejos de ser solo hacer esas producciones (como suele ser en las asignaturas de la carrera que así lo demandan), sino que fue un hacer con otros que tenía tiempos a cumplir puestos por las organizaciones, que excedían los modos académicos.

Nos convertimos en un verdadero “laboratorio de ideas” que avanzaba semana a semana en establecer formas y modos posibles de resolución de los problemas y necesidades comunicacionales emergentes. Nunca con tanta claridad nos acercamos a la práctica profesional concreta. Es así que avanzamos en diferentes frentes: desarrollo de identidad visual; establecimiento de vínculos; apertura y sostenimiento de espacios de comunicación. Todo esto con una premisa clara: la revisión constante de las ideas/ productos/ intervenciones entre los participantes de las cátedras y los asociados de las cooperativas.

Sobre las experiencias

Es nuestra intención cerrar este trabajo breve incluyendo las voces de quienes protagonizaron estas experiencias. Creemos que en estas valoraciones de procesos y resultados se encuentran las raíces profundas que nos llevan a pensar otras formas de enseñar, aprender, trabajar con.

Voces de los estudiantes:

- “Creemos gratificante trabajar desde la Universidad Pública con organizaciones comprometidas socialmente”. Agustina
- “(...) la demanda comunicacional comenzó a reconfigurarse. Debíamos re pensar lo que íbamos a hacer bajo otra mirada. Eso fue un gran aprendizaje. Si bien en un comienzo nos llevó tiempo y nos costó pensar en la idea de cambiar lo que les habíamos propuesto, lo que sucedió nos dio la oportunidad de conocer nuevas maneras de organizarnos, de conocernos a nosotros mismos, de acercarnos a lo que nos espera profesionalmente en un futuro”. Virginia
- “Fue motivador saber que desde estas organizaciones valoraron nuestro trabajo. Eso no sólo nos ayuda como futuros profesionales, sino también que nos incentiva a habitar espacios e

instancias en los que se vinculan conocimientos, prácticas y acciones; lejos de una perspectiva verticalista/difusionista se configura como diálogo y aprendizaje mutuo”. Amir

- “Nos entusiasmó pensarnos cómo trabajadoras de la comunicación, poder dar nuestros primeros pasos en ello y sentir que estamos construyendo en un terreno de la sociedad que nos importa (y mucho)”. Emilia

Voces de los integrantes de las cooperativas

- “La práctica que llevamos adelante nos permitió hacer un desarrollo en toda la materia comunicacional, que hasta ese momento no se había realizado. Este desarrollo le permitió a la cooperativa de consumo llegar a nueva gente, nuevos socios y consumidores con el respectivo aumento en las ventas que eso implicó. También le brindo insumos comunicacionales a los productores, los cuales muchas veces no tienen las herramientas para generarlos, con lo cual sus productos (de excelente calidad) quedan invisibilizados y sin conocerse”. Nahuel
- “El poder contar con esta herramienta nos enseñó lo importante de poder tener una estrategia comunicacional y llevarla adelante; sin la práctica hubiese sido imposible llevarla adelante ya que no contamos con los medios económicos para delegar esa tarea, ni los conocimientos para hacer un desarrollo propio”. José

EL ESCENARIO PROFESIONAL DE LES JÓVENES EN LAS RADIOS DE LOS SRT, DESDE EL ENFOQUE DE LA TPGS

Morales, Paula

FCC - UNC / moralesmpaula@gmail.com

Palabras claves: juventudes; discurso; radiofonía; género; socio semiótica

I. Introducción

En el marco de la investigación postdoctoral “Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje

socio semiótico desde el enfoque de transversalización” (CONICET 2017-2019) este trabajo intenta compartir resultados de investigación y líneas de reflexión para el debate teórico sobre la formación profesional y escenarios laborales (en las dos emisoras de los Servicios de Radio y Televisión de la UNC, AM 580 y FM 102.3 y durante el período 2017-2019).

En dicha investigación nos propusimos desarrollar una línea de investigación que abordase el problema de la transversalización de la perspectiva de género y sexualidades (TPGS) en el campo radiofónico, desde el marco de los estudios en comunicación y género, con un enfoque sociodiscursivo.

Para ello trabajamos la idea de “Transversalizar la perspectiva de género” y comprendimos que es un proceso estratégico de índole sociocultural y político que surge cómo objetivo de los organismos internacionales (Beijing, 1995) frente a las demandas del movimiento de mujeres global y pretende dar respuesta a las inequidades de género. La TPGS implica acciones en el orden de legislación, políticas y/o programas -en todos los ámbitos y niveles-, en pos de crear capacidades institucionales para la implementación de acciones positivas y el empoderamiento de la ciudadanía.

En vinculación con los trabajos que venimos desarrollando en el marco del proyecto de investigación “Interfaces de la cultura contemporánea: Jóvenes, medios y cuerpos en tensión” (SECYT UNC) quisimos profundizar este paradójico contexto laboral reflexionando específicamente sobre la relación entre la condición juvenil de los profesionales que participan de las radios de los SRT y la manera en que la categoría analítica “género” les ubica en el campo profesional.

II. Miradas teórico-metodológicas

La perspectiva de género desde la cual partimos se sustenta en la teoría feminista y dialoga con las perspectivas posestructuralistas de los estudios en sexualidades (Alcoff L., Braidotti R., Butler J., Haraway D., De Lauretis T., Preciado B.). En articulación con la sociosemiótica, habilita una mirada productiva sobre el campo de estudios en medios (particularmente en radio) vinculándolo con otros campos constitutivos de lo social, es decir, con sus condiciones de producción y reconocimiento (Angenot M., Bajtín M., Verón E.).

El problema de la transversalización de la dimensión sexo-genérica situada en el análisis de lo radiofónico (en tanto lenguaje que pone en juego dimensiones referenciales, enunciativas e institucionales) nos ubica en la centralidad de debates políticos respecto de los límites y el alcance por la disputa del sentido socialmente construido.

La mirada sociodiscursiva y sociocultural sobre las prácticas juveniles nos permite situar su valor social y experiencial en la cultura, entendida como el “conjunto de los intercambios de signos y de valores mediante los cuales los grupos sociales se representan a sí mismos y para otros, comunicando así sus particulares modos de identidad y de diferencia” (Richard, 2005 p. 445).). Así, para nosotros, algunas prácticas discursivas juveniles proponen otras sensibilidades estético-políticas y producen resemantiaciones sobre lo que se entiende que *es* y que *debería ser* una TPGS, tensionando visiones adultocéntricas y punitivistas sobre el género y las sexualidades.

Para pensar la relación entre la condición juvenil de los profesionales que participan de las radios de los SRT y la manera en que la categoría analítica “género” nutre sus miradas sobre el campo profesional y les posiciona allí, prestamos especial atención a los sentidos atribuidos a la Perspectiva de Género y Sexualidades en el contexto enunciativo e institucional de las emisoras. Lo hicimos mediante un abordaje metodológico consistente en el análisis sociodiscursivo de dos materialidades: entrevistas a profesionales del medio y registro de una muestra de la programación en emisiones al aire.

Desde 2009 y a través de una serie de trabajos de investigación, extensión y docencia venimos abordando el medio radiofónico desde su dimensión institucional y enunciativa (Ammann A., Balsebre A., Fernández J., Matta y Scarafía). A partir de este enfoque nos hemos propuesto investigar las modalidades de enunciaci3n del lenguaje radiofónico –como sistema semiótico–, donde se ponen en juego diversas estrategias, t3picas y ret3ricas. Entendemos el lenguaje radiof3nico como un sistema semi3tico que pone en juego los sistemas expresivos de la palabra, la m3sica, los efectos sonoros y el silencio, en relaci3n con los recursos t3cnico- expresivos de la reproducci3n sonora y la percepci3n del oyente.

En el marco del desarrollo local para la innovaci3n inclusiva, dise1amos y aplicamos un sistema de indicadores cuanti-cualitativos, que permite el estudio de la TPGS en proyectos radiof3nicos de impacto en la comunidad universitaria y la ciudadanía en general. En este sistema de indicadores los contextos institucional y enunciativo tuvieron un interesante peso vinculado a la configuraci3n de un universo juvenil de sentidos sobre GyS. Debido al escaso espacio para la publicaci3n de esta ponencia sintetizamos en que la distribuci3n de voces por UA a nivel institucional, mantiene una tendencia 70% de conducci3n/protagonismo masculino y 30% femenina (en la distribuci3n de roles sexuados, la conformaci3n de los equipos de trabajo y la conducci3n de la programaci3n).

Los equipos de trabajo est3n conformados por conductorxs, co-conductorxs, locutorxs, columnistas,

movilerxs, productorxs, redactorxs, operadorxs, musicalizadorxs. En la muestra la distribución de roles se ve atravesada por una sexualización de las tareas, evidencia que puede constatarse en la siguiente asignación: La distribución de roles presenta una conducción marcadamente masculinizada, arrojando un 67% de conducciones masculinas en estos segmentos, frente a un 33% femenina (de un total de 8 voces, 6 masculinas y 2 femeninas), y una tendencia similar en la co-conducción, con un 75% masculinas y 25% femeninas (15 voces, 12 masculinas y 3 femeninas). Sobre las tareas de operación y musicalización la muestra capturada registró una asignación 100% masculina, aunque en datos del período existe evidencia de que en la musicalización hay una mujer en función. Sobre locutorxs, columnistas, movilerxs, productorx y redactorxs, la distribución se desglosa en el análisis de cada UA.

III. Conclusiones

Los datos obtenidos y la configuración de una trama de sentidos subjetivados entre los profesionales del medio nos permiten afirmar lo que enunciáramos como hipótesis I: “La dificultad para el acceso a una formación con perspectiva de género y su correlato en las inequidades del ingreso al campo mediático, junto a las discriminaciones por género y sexualidades con un carácter sexista, androcéntrico y homolesbotrasfóbico de ambos (académico y mediático) constituyen un condicionante para el desarrollo de trayectorias profesionales y de TICS con perspectiva de inclusión”.

La inexistencia de una perspectiva de género en la formación de grado de la mayoría de les entrevistades jóvenes, es compensada por la capacitación continua, dispersa, y extra curricular que asumen, y por la participación política en espacios de militancia feminista. Estas derivas, sumadas a una concepción amplia e integral sobre el género y las sexualidades, permite hablar de un conjunto de experiencias laborales significativas, potencialmente menos sexistas, misóginas y androcéntricas que las generaciones precedentes, fuertemente concentradas en los roles de producción.

Teresa De Lauretis trabaja el concepto de punto de vista excéntrico cuando alude a prácticas feministas que han (re)construido posiciones que los discursos hegemónicos ubican fuera de plano. Esos movimientos son descriptos por la autora como prácticas de oposición y nuevas formas de comunidad desde los márgenes (entre líneas y a contrapelo) “frente a discursos hegemónicos y en los intersticios de las instituciones” (1993,p.33). En esta investigación pudimos identificar aquellas prácticas que remitieran a otros modos, excéntricos y no necesariamente abyectos de participación en el orden de

la enunciación, inconsecuentes a las lógicas del exotismo, la mistificación, y la complementariedad (Hipótesis II). Así, las estrategias de las y les profesionales, vinculadas al acceso, permanencia, ascenso, y proyección que pudimos ir conociendo -junto con las lógicas del campo que fuimos reconociendo- nos permitieron configurar un mapa y cartografiar modos de participación, alianzas y supervivencia así como propuestas e ideas innovadoras para el fenómeno estudiado.

VI Bibliografía

- Angenot, M.(2010). Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias. Cap. La historia en un corte sincrónico: literatura y discurso social. Ed. UNC. Arg.
- Balsebre, A. (1994). El lenguaje radiofónico. Madrid, Cátedra.
- Butler, J (2010). Marcos de guerra. Las vidas lloradas. Ed. Paidós, Bs.As.,Arg.
- De Lauretis, T. (1993). Sujetos excéntricos: la teoría feminista y la conciencia histórica en: “De mujer a género, teoría, interpretación y práctica feministas en las ciencias sociales; María C. Cangiano y Lindsay DuBois, comp.; Centro Editor de América Latina; Buenos Aires; 1993; 161 pp; (págs. 73-113)
- Fernández J.(2008).La construcción de lo radiofónico. Ed. La Crujía. BsAs. Arg.
- Morales P. (2018). “Reconocimiento y distribución simbólica de la palabra en radio. Una disputa por el sentido. en Revista RevISE | Vol 11, Año 11 | abril 2018 - septiembre 2018 | pp 315-325.
- Verón, E. (2013) La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes. Ed. Paidós. Bs.As.

ESCENARIOS NUEVOS Y TRADICIONALES EN DISPUTA:

EL ROL DE LAS PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN

CASADO, Nicolás

Facultad de Cs Sociales- UNICEN

nicolascasadodv@gmail.com

CASENAVE, Gabriela

Facultad de Cs Sociales –UNICEN

casenavegabriela@gmail.com

Palabras clave: El comunicador social - roles - desafíos laborales

El presente trabajo parte de la reflexión acerca de la experiencia de implementación de un espacio de prácticas pre-profesionales (en adelante PPP) en la carrera de comunicación social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. En esta asignatura, que es de duración anual, se aborda teórica y metodológicamente el período de interconexión y diálogo entre el mundo académico de formación y el mundo laboral.

De este modo, se espera contribuir a una articulación de la formación teórico/práctica que brinde las herramientas para reflexionar críticamente acerca de los procesos de comunicación que vertebran las sociedades actuales, poniendo especial consideración en el contexto regional y en ciudades intermedias, atendiendo a sus particularidades y, complejizando de este modo, la tensión local/global.

Las PPP vistas desde las trayectorias de estudiantes de comunicación

El espacio de PPP y Trabajo Final de Integración (TFI) se propone a raíz de la reforma del Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social en el año 2014, el cual impulsa, además, una modificación sustancial y estructural del Plan 1998 basada en la presentación de una propuesta curricular unificada con titulación generalista, suprimiendo las titulaciones intermedias y con una organización curricular por años y de asignaturas

por áreas, lo cual tendiera a facilitar la articulación intercátedras. El espacio de PPP se inicia en el año 2018 y, de acuerdo a lo que indica su reglamento, puede ser cursado por estudiantes que tengan aprobadas al menos el 50% de las materias propuestas por el Plan de Estudio.

En este sentido es que, como docentes de la cátedra, pensamos en las trayectorias particulares de los estudiantes, entendidas éstas como “los recorridos que realizan los sujetos en el sistema (...) analizados en su relación con la expectativa que supone el diseño de tal sistema” (Terigi, 2014, 73).

En estas trayectorias, lo que se visualizan son tensiones entre la diversidad que los estudiantes encuentran en la currícula y el modo de compatibilizarlo en un contexto laboral al que luego se verán enfrentados cuando egresan de la universidad.

En este recorrido, un espacio como la PPP nos plantea el desafío de recuperar las trayectorias, que en este caso partió de la consideración de lo que los estudiantes esperan al momento del ingreso a la universidad y qué transformaciones se fueron dando a lo largo del recorrido respecto de estas expectativas.

Es así que los informes realizados en los últimos 3 años por el Programa de Ingreso, Permanencia y Egreso dan cuenta de que en lo que se refiere a las expectativas los ingresantes manifiestan en primer lugar el deseo de “aprender a manejarse en la universidad”, adaptarse, “integrarse”. Es decir, aquellas que hacen referencia a la adquisición del oficio del estudiante universitario. En segundo término, se encuentran las expectativas vinculadas con el fomento de los vínculos interpersonales (“conocer gente nueva y crear vínculos”, “conocer profes y compañeros”), y por último, en menor medida, se encuentran las expectativas vinculadas con la adquisición de conocimientos (informarse sobre la carrera elegida, aprender a estudiar). En ningún momento los estudiantes hacen referencia, en esta instancia inicial, a una proyección respecto de su futuro desempeño profesional.

En este contexto, el espacio de PPP como instancia próxima a la finalización de la carrera, se presenta como un momento de reflexión en el que los estudiantes se plantean preguntas como ¿qué puedo hacer con la formación que recibí? ¿qué me espera en el campo laboral? ¿estoy preparado para esto? Aunque los estudiantes han pasado al menos cinco años por la universidad, cuando realizan sus prácticas pre-profesionales perciben que los conocimientos que recibieron distan mucho de lo que el contexto laboral demanda. En este sentido, una hipótesis sobre la que trabajamos está relacionada con la seguridad que otorga el proyectar las PPP hacia un sistema conocido como es la propia universidad. A su vez, el Plan de Estudios de la carrera orienta a los estudiantes en el desarrollo de prácticas de investigación, influyendo sobre

sus trayectorias, cuestión que retomaremos más adelante.

Pensar desde esta perspectiva nos permite reflexionar acerca de cómo un determinado recorrido de plan de estudios determina o limita las opciones y posibilidades dentro de la PPP.

El espacio de PPP

El espacio de PPP es clave en la formación de los estudiantes de la carrera de comunicación ya que se constituye en una herramienta pedagógica que le permite al estudiante trascender el abordaje de conocimientos teóricos abstractos y tomar contacto con la realidad social con el objetivo fundamental de la transformación de situaciones en ámbito comunitario e institucional. El desarrollo de cualquier práctica pre-profesional se enfrenta, así, a ciertas variables que la condicionan: el contexto, la especificidad del campo profesional, la dirección de las políticas públicas y la diversidad de prácticas que llevan adelante los actores institucionales, con los que se encuentren los estudiantes.

La práctica cobra importancia en el proceso de formación profesional ya que contempla la revisión y puesta en juego de las instancias transitadas previa y durante el desarrollo de la carrera. Es así que el espacio de PPP se piensa, no como un único espacio de acercamiento al territorio del ejercicio profesional, sino como una instancia de diálogo entre la teoría y la práctica.

En este sentido, el desarrollo del espacio de la PPP se organiza en tres momentos, que van desde la planificación de la práctica, su desarrollo y la posterior reflexión sobre la misma. De modo concreto, este recorrido se materializa en la elaboración y puesta en acto de un plan de trabajo y la construcción del Trabajo Final de Integración (TFI).

La primera etapa, que supone la planificación de la práctica se inicia con la problematización del campo disciplinar de la comunicación en relación con el campo de desarrollo profesional. En este sentido, entendemos campo desde la perspectiva de Pierre Bourdieu (2011), quien lo define como un espacio social estructurado, un campo de fuerzas —hay dominantes y dominados, hay relaciones constantes, permanentes, de desigualdad, que se ejercen al interior de ese espacio, que es también un campo de luchas para transformar o conservar este campo de fuerzas. Lo pensamos desde esta perspectiva ya que aparecen en los discursos y prácticas de los estudiantes tensiones entre concepciones de la comunicación que vinculan directamente el ejercicio de la profesión con el ámbito mediático con otras que permitan complejizar el rol del comunicador más allá de la práctica periodística.

En esta instancia entra en juego la definición de los diferentes roles que acompañarán el desarrollo de la PPP: el docente tutor y el referente institucional. Con ambos es necesario definir consensos, puntos de encuentro tanto conceptuales como del hacer institucional y el ejercicio

profesional. Teniendo como marco los lineamientos que definen su plan de trabajo, el practicante dispone de una libertad programática que requiere tanto creatividad como responsabilidad. No existe un modelo único de trabajo frente a la propuesta de desarmar el rol del comunicador social para pensar qué hace un comunicador y cómo es su ejercicio profesional en un contexto laboral real.

La segunda etapa, de la práctica propiamente dicha, hace efectivo este encuentro entre lo planificado como guía de trabajo y la contingencia de las prácticas cotidianas en un espacio profesional.

Por último, una tercera etapa, articulada en torno a a reflexión sobre la práctica, supone la elaboración de un TFI y supone un desafío para llegar al objetivo de una real integración entre la teoría y la práctica.

En síntesis, desde lo que constituyó una primera experiencia colectiva de puesta en marcha del espacio de PPP, nos es posible proyectar procesos de investigación que permitan generar conocimiento para futuras modificaciones y diseños de planes de estudio aggiornados a los contextos culturales, hoy atravesados por las comunicaciones digitales. Tal como plantea Octavio Islas (2003, 104) el futuro de la ciencia de la comunicación se inscribe, inevitablemente, en el escenario reflexivo y práctico de las comunicaciones digitales en la era de las convergencias.

Es este marco, espacios de prácticas pre-profesionales como el presentado aquí, tienen el potencial de traducir fortalezas y debilidades de la formación en comunicación cuando se basan en la planificación y la reflexión sobre lo actuado. En este caso, como se manifestó en párrafos anteriores, considerar las convergencias supone entender que éstas no pasan solo por el escenario mediático, sino que desarrollan otras dimensiones comunicativas de la vida cotidiana, donde se entrecruzan nuevas estructuras narrativas que permiten que los sujetos se cuenten como son, se identifiquen y construyan sentidos sociales, políticos y culturales (Islas, 2003).

Conclusiones

El construir un recorrido por el que los estudiantes transiten sus prácticas pre-profesionales en comunicación nos permite, explicitar algunos desafíos para continuar reflexionando y problematizando el diálogo entre la formación académica y el ámbito laboral.

El primero de ellos implica reflexionar sobre la inserción profesional en el ámbito universitario en comparación con otros espacios laborales del comunicador tanto en el sector público como en el privado. En relación con esto, se requiere revisar el modo en que impacta el recorrido curricular propuesto por un plan de estudios específico.

En nuestro caso, eso supone seguir incentivando la inserción en ámbitos poco explorados en el trayecto de la carrera.

En segundo lugar, se visualiza la necesidad de fortalecer la articulación intercátedras para contribuir a que lo plasmado en el diseño curricular de la carrera de comunicación social se vea reflejado en las trayectorias de los estudiantes. Esto es, que la secuencialidad de contenidos sean abordadas en la articulación y pueda contribuir a una profundización gradual en el abordaje de las problemáticas que atraviesan a la disciplina, tendiendo a un proceso que contribuya a una mirada multidisciplinar y crítica de la realidad social.

Por otra parte, y en un nivel más general, este espacio de PPP nos enfrenta a la pregunta respecto de qué nos hemos encargado de promover las universidades acerca del rol de los comunicadores en la sociedad actual, y si se trata de un imaginario parcial acerca del posible futuro laboral. De aquí surge, como un tercer desafío transversal, el ejercicio de repensar la complejidad del campo de comunicación a través del modo en que se proyectan las PPP.

Bibliografía

Bourdieu, P. (2011). Las estrategias de la reproducción social. Argentina: Siglo XXI.

Islas, O. (2003). Tecnocultura y comunicación. Bogotá: Cátedra Unesco de Comunicación Social, Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Terigi, F. (2014). Trayectorias escolares e inclusión educativa: del enfoque individual al desafío para las políticas educativas en Álvaro Marchesi, R., Blanco, L., Hernández (Coord.). Avances y desafíos de la educación inclusiva en Iberoamérica. España: OEI (71-90).



EJE N°9



Comunicación y Antropología

EXPLORACIÓN DE LOS ABORDAJES PROSOPOGRÁFICOS EN CLAVE DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO.

UN ABORDAJE A LOS ESTUDIOS DE LAS EXPRESIONES DE LAS DESIGUALDADES SOCIALES SITUADAS (DSS)

Hidalgo, Ana Laura

UNSL / hidalgo.analaura@gmail.com

Palabras claves: prosopografía; historias de vida; política situada; actores de la economía social; procesos de inclusión/exclusión

1. Introducción

En los últimos años, la llamada Economía Social (ES) ha sido promovida por distintos organismos internacionales, regionales y nacionales, con diversos niveles de incidencia en los territorios⁴⁰. Estas acciones del Estado pueden enmarcarse en las declaraciones de las Naciones Unidas acerca de la promoción de la ES para el alcance de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), entre otras.

En estos impulsos subyace un paradigma de desarrollo concebido como un proyecto político con sentido único (Madoery, 2012; Hidalgo, 2017). Estas intervenciones del Estado en lo público, se constituyen en expresión de otros (¿nuevos?) modos de concebir las relaciones sociales que se establecen en los territorios, y que adquieren materialidad en las múltiples prácticas discursivas que despliegan los elencos de la ES (Hidalgo, 2016). Estas prácticas expresan alcances materiales y simbólicos en los *haceres* que se proyectan en los territorios de implementación de la política pública.

En consideración a esto, este trabajo se propone indagar en la conformación del grupo de actores de la ES en San Luis, a efectos de repensar: ¿quién/es es/son el/los sujeto/s de la ES promovido/s? ¿Cuáles son sus rasgos comunes que permiten identificarlos como un colectivo?

⁴⁰ Por mencionar algunas acciones del Estado, podemos enumerar las convocatorias de FONCYT, CONICET, proyectos del entonces Ministerio de Ciencia y Tecnología; en los cuales se define a la ES como un tema estratégico en el Plan Argentina Innovadora 2020.

¿Qué hitos conflictuantes se pueden reconocer en sus trayectorias? ¿Qué modelos arquetípicos proyectan los otros actores sobre estos? ¿Qué lugares del sentido común sobre sus *haceres* son estereotipados?

Para dar respuesta a estos interrogantes y con el objeto de generar otros, esta presentación trabajará con una aproximación prosopográfica al grupo de emprendedores de la ES que desarrollan sus actividades en el Programa Nacional de Microcredito para la Economía Social (Ley 26.117).

El trabajo se organiza en diferentes momentos. En primer lugar, contextualizamos la situación de investigación. A continuación, definimos los alcances de los estudios de prosopográficos. Finalmente,

2. Situación de investigación

En este trabajo nos proponemos comprender las trayectorias y los itinerarios de los emprendedores de la ES de San Luis, en relación a su contexto particular en el cual participan; esto conlleva considerar la incidencia que este pudiera tener sobre la vida de estos actores, la necesidad de comprender los procesos por los cuales los sucesos y acciones tienen lugar. Pero al mismo tiempo, nos proponemos recuperar actos de habla concretos que circulan socio territorialmente y que proyectan modelos del plano de lo ideal, que pugnan por el sentido en esos espacios. De este modo, el propósito de fondo de esta indagación parcial es explorar las relaciones sociales en consideración a la diversificación y pluralidad de mundos de la vida que se desarrollan en un espacio social determinado; los modelos ideales o ingenuos que compiten con la morfología de un colectivo particular.

Es por ello que adquiere un papel relevante la consideración del reconocimiento del espacio situado en el cual se desarrolla el proceso social, acciones, interacciones y experiencias de los sujetos a efectos de generar una mirada situada. Este trabajo se complementa con otro artículo que pretende generar teoría y pondera la identificación de tipologías diversificadas en los actores de la ES de San Luis. Por su parte, este procura recuperar ciertas homogeneidades entre ellos.

En consideración a esto, se señala que el poder no puede explicarse a partir de los atributos que poseen los actores territoriales, sino que es una dimensión relacional entre dos o más partes intervinientes (Massey, 2007). Es por esto, que se procura destacar la centralidad de los actores, sus interacciones y los vínculos establecidos entre los mismos. Los abordajes prosopográficos permiten sistematizarse en biografías colectivas; no es sólo como los trabajajores se insertan en el sistema, sino que implica el reconocimiento de los lazos de interdependencia recíproca que se establecen entre ellos, un mapa de interacciones que se reactualiza permanentemente y que

engendra sentidos particulares respecto de lo que es “ser emprendedor de la ES en San Luis”.

3. ¿Qué es la prosopografía?

La palabra prosopografía se utiliza como sinónimo de biografía colectiva, e implica “el estudio del fondo común y características de un grupo de actores en la historia por medio de un estudio colectivo de sus vidas” (Rizo Patrón Boylan. 1996: 362). Este término fue empleado por el historiador inglés Lawrence Stone⁴¹, quien estudió fundamentalmente temas vinculados con la elite, la familia, el matrimonio y otros en la Inglaterra del siglo XVI.

Stone definía la prosopografía como un tipo de investigación practicada desde comienzos del siglo XX, a través de la cual se recaban las características comunes que hacen al *background* de un grupo de individuos con el objeto de hacer un estudio de sus vidas en tanto colectivo (Ferrari. 2010: 529).

Para llevar a cabo este tipo de estudio, Stone recomendaba que los grupos sean fácilmente identificados, relativamente pequeños e identificables (Rizo Patrón Boylan, 1996). La prosopografía parte del reconocimiento de un universo a indagar sobre el cual se generan preguntas de investigación. La información obtenida de los distintos sujetos de la muestra debe ser yuxtapuesta a efectos de reconocer elementos significativos y correlaciones.

Por tanto, los alcances del trabajo con el método implica una aproximación microanalítica a un corpus de individuos que forman parte de un actor colectivo; posteriormente, a cada individuo se le aplica una entrevista común que indaga en las características y atributos. En este trabajo importa también recuperar particularidades de sus trayectorias que permitan identificar su multiposicionalidad (Boltanski, 1973). El procesamiento de esta información permite identificar los perfiles emergentes del colectivo, reconocer las relaciones entre los individuos de la misma tipología u otra; esto permitirá describir rasgos comunes e hitos conflictuantes el actor colectivo como una configuración social histórica y situada, que desempeña sus *haceres* simbólicos y materiales en un tiempo determinado.

Ferrari (2010) destaca que la prosopografía es tributaria de diversas disciplinas, tales como la historia, la sociología, la ciencia política y la antropología. En este sentido, menciona el desarrollo de la microhistoria propiciado por este método, el cual permitió un procesamiento de datos en una escala reducida de análisis y el reconocimiento de diversas dimensiones de las relaciones sociales. Vale mencionar, que los abordajes de Stone y Charle

se distinguen. El primero otorga a esta metodología la capacidad de develar el sentido de la acción política y analizar la estructura de la sociedad en relación con la movilidad social. Por su parte, Charle, quien centra sus abordajes en las elites políticas; su trabajo da cuenta de un desplazamiento de los grupos -privilegiados por Stone-, hacia los actores quienes constituyen el centro de sus trabajos. Charle (1994) reconstruye biografías individuales para luego abordar las colectivas; esto le permite describir las lógicas de las estructuras sociales y las formas en las que estas varían con el tiempo; “los condicionamientos que traducen las trayectorias, los lugares de formación, los lazos intelectuales o sociales indican cuáles son los márgenes de juego del sistema” (Charle. 1994: 12).

Si bien para ambos enfoques prosopográficos el tiempo es una variable a considerar, existen diferenciaciones entre sus concepciones. Stone consideraba que debía indagarse el *background* de los actores para explicar la intencionalidad de la acción política; Charle, por su parte, recuperaba tres elementos simultáneos: la centralidad del actor, las relaciones entre los individuos, y cómo estos configuraban el sistema (Charle, 1994).

De acuerdo con Ferrari (2010), los estudios de biografías colectivas en Argentina han sido protagonizados por sociólogos y por historiadores, en un segundo momento. En ocasiones, las aproximaciones a la técnica han sido espontáneas con motivo de describir las características sociales de un colectivo social. De modo más riguroso, podemos señalar los trabajos de Losada (2008), Aelo (2004; 2002), Ayrolo (2007), González Bernaldo (2001), Ferrari (2008), entre otros.

El modo de hacer prosopografía varía respecto de su relación con el tiempo. Una variante es abordar un colectivo en un determinado momento; esto implica privilegiar un análisis transversal. Otra alternativa es realizar un estudio que reconozca su evolución a lo largo de un periodo de tiempo particular; este tipo se conoce como longitudinal, y puede incluir a la anterior si se opta por realizar cortes en momentos significativos y se realizan estudios comparativos tal como fotografías. En este trabajo, hemos optado por realizar un estudio con la primera variante descripta a efectos de realizar una descripción densa conteniendo más variables del corpus seleccionado. Estos alcances serán problematizados por los arquetipos y estereotipos que circulan acerca de los aspectos morfológicos del colectivo con el cual trabajamos.

4. ¿Qué nos permiten leer este tipo de estudios?

En este trabajo, nos permitimos presentar los estudios prosopográficos como una estrategia a partir de la cual sistematizar la evidencia empírica recogida en el trabajo de campo, en tres momentos⁴².

41 Entre sus obras se destacan: *La crisis de la aristocracia, Familia, sexo y matrimonio en Inglaterra de 1500 a 1800, Una elite abierta y El pasado y el presente.*

42 En primer lugar, indagamos en los aspectos morfológicos

Sobre estas consideraciones, nos centramos en este argumento no sólo las trayectorias de las biografías colectivas que se reúnen en un colectivo, sino también sus prácticas discursivas en torno a las redes de sociabilidad que se evidencian por parte de otros actores con los cuales se establecen entramados sociales relevantes en el marco de una política pública. De este modo, la descripción densa de los *haceres* simbólicos y materiales del elenco que estudiamos permiten desprenderse en otras indagaciones a efectos de profundizar en su explicación como actor colectivo en los espacios microsociológicos de interacción (Polanyi, 1992).

El elenco de la ES se configura socialmente como una entidad histórica y situada tejida en relaciones de poder social cambiantes y de fronteras difusas. Esta opacidad que la caracteriza, debe ser situada histórica y espacialmente; nunca armónica ni homogénea sino que habitada por diversos procesos sociales.

Por tanto, este abordaje no pretende aportar enunciados explicativos de la estructura social ni con intención de generalizar los rasgos destacados, dado que no conlleva intenciones de representatividad de la muestra. Por el contrario, pretendemos expresar tendencias en el colectivo con la aplicación de una técnica que permite aproximarnos a la configuración social de un grupo desde un sitio particular. Un sitio de indagación que debe ser enriquecido con las preguntas del investigador en clave de comunicación: la pregunta por el “nosotros” y los “otros” (Hidalgo, 2016).

Por tanto, este abordaje microanalítico del colectivo nos aproxima a una comprensión de los elencos que no pretende agotar el objeto de estudio; vincula las biografías individuales con los trazados institucionales o delimitados por instrumentos de política pública que delinean otras categorías que explican sus comportamientos y prácticas. De este modo, siguiendo a Latour, el sujeto también se construye no sólo el objeto.

Es una mirada que ubica en el centro a los actores de modo no verticalista que recorre observa cómo se integran en el Programa los sujetos que le dan vida a estas intervenciones en el territorio y sus interacciones. Esto permite al mismo tiempo, considerar las trayectorias reales, sus prácticas, comportamientos, en diálogo con las configuraciones sociales.

5. Bibliografía y referencias

Aelo, Oscar (2004). Apogeo y ocaso de un equipo dirigente: el peronismo en la provincia de Buenos Aires, 1947-1951. *Desarrollo Económico*, Vol. 44, Nº 173, abril-jun. de 2004, pp. 85-107.

del colectivo; posteriormente, pusimos a consideración de esto ciertos arquetipos que circulan entre los grupos intervinientes en la implementación de la política; y finalmente, nos propusimos discutir con algunas de las nociones estereotipadas que circulan en el sentido común respecto de los emprendedores de la ES y en relación a ellos mismos.

Aelo, Oscar (2002). “Elites políticas en la provincia de Buenos Aires: peronistas y radicales en las elecciones de 1948” en *EIAL*, Vol 13, nº 2, Julio-Diciembre de 2002.

Ayrola, Valentina (2007). *Funcionarios de Dios y de la República. Clero y política en la experiencia de las autonomías provinciales*. Buenos Aires: Biblos

Bajtín, Mijail (1974). *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*. Barcelona, Barral Editores.

Boltanski, Luc (1973). “L'espace positionnel, multiplicité des positions institutionnelles et habitus de classe”. *Revue française de sociologie*, XIV, Nº 1, janv-mars de 1973, pp. 3-26.

Boltanski, Luc y Chiapello, Eve (2002) “La generalización de la representación en red” en *El nuevo espíritu del capitalismo*, Barcelona, AKKAL, pp. 204-239

Cerioni, Gustavo (2000). “Impacto del régimen de promoción industrial en San Luis”. Ponencia presentada en las XXX Jornadas Tributarias. Colegio de Graduados de Ciencias Económicas. CPCESL, San Luis.

Charle, Christophe (1994). *La République des universitaires, 1870-1940*. Paris: Seuil

Charle, Christophe (2006). “A prosopografía ou biografía coletiva: balanço e perspectivas”. En HEINZ, Flávio. M. (org.). *Por outra história das elites*. Pp. 41-54. Rio de Janeiro, Editora FGV.

Ferrari, Marcela (2008). *Los políticos en la república radical. Prácticas políticas y construcción de poder*. Buenos Aires: Siglo XXI

Ferrari, Marcela (2010). “Prosopografía e historia política. Algunas aproximaciones” En *Revista Antiteses*, vol. 3, Nº5, jan.-jun. De 2010, pp. 529-550

Glaser, Barney y Strauss, Anselm (1967). *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. Disponible en http://www.sxf.uevora.pt/wp-content/uploads/2013/03/Glaser_1967.pdf

Granovetter, Mark (1973). “The strength of weakties”, en *American Journal of Sociology*, vol 78, nº 6 (pp. 1360 - 1380)

Hidalgo, Ana Laura (2014). *Análisis de la Implementación de CoNaMi en la ciudad de San Luis. Aproximaciones a las problemáticas de la ejecución de Políticas Sociales*. Tesis para acceder al grado de Especialista en Gestión Social. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNCUIYO

Hidalgo, Ana Laura (2016). *Política y territorio. Análisis de las correlaciones de las nociones de comunicación y desarrollo en las prácticas discursivas de los actores del Programa Nacional de Microcrédito para la ESS de San Luis*. Tesis para acceder al grado de Magíster en Política y Planificación Social. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNCUIYO

Hidalgo, Ana Laura (2017). “Comunicación y desarrollo como categorías políticas”. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*. Universidad de Santiago de Compostela, España

Hidalgo, Ana Laura (2019). *Expresiones de las Desigualdades Sociales Situadas*. Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Martínez, Cintia y Aguirre, Fernando (2016). “La radicación industrial y su impacto en la población de San Luis”. *Revista Entrevistas*. Año 7- Nº 8

Massey, Dorey (2007). “Geometrías del poder y la conceptualización del espacio”, Conferencia dictada en la Universidad Central de Venezuela, Caracas, 17 de setiembre.

Polanyi, Karl (1992). *La Gran Transformación. Crítica del liberalismo económico*. Madrid, La Piqueta.

Rizo Patrón Boylan, Paul (1996). “De la genealogía a la prosopografía: De los estudios de Riva-Agüero a nuestros días”. *Boletín del Instituto Riva-Agüero*, (23), pp. 353-363.

Vasilachis de Gialdino, Irene (2007) “La investigación cualitativa” en Vasilachis de Gialdino, Irene (2007) *Estrategias cualitativas de investigación*, Buenos Aires, Gedisa, pp. 23-64.

LEYES Y NORMATIVAS

Ley 26.117. Promoción del Microcrédito para el desarrollo de la Economía Social. Disponible en <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=118062>



EJE N°10



Consumos mediáticos y tecnológicos
apropiación simbólica

PARTICIPACIÓN POLÍTICA Y PRÁCTICAS DE APROPIACIÓN DE TIC DE JÓVENES ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO EN FACSO UNICEN

Alonso, Exequiel

ECCO - UNICEN - CONICET / exealonso@gmail.com

Palabras claves: uso y apropiación; TIC; jóvenes; militancia universitaria

Desarrollo del problema

Vivimos un contexto particular en el cual la revolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) atraviesan los diferentes ámbitos de la vida en sociedad: en el plano de la política, el trabajo, las finanzas, el periodismo y la educación, entre otros. Estas condiciones sociohistóricas suponen cambios estructurales e irreversibles que modifican prácticas y hábitos culturales, modos de relacionarnos, memorizar, trabajar, estudiar, participar y pensar (Serrés 2014).

Por eso entendemos junto a Martín-Barbero (2003) que hay una contemporaneidad entre los países ricos que diseñan el hardware y software de novedosas TIC, y los países pobres que con mano de obra barata las producen y, de acuerdo con sus posibilidades y las estrategias del mercado, las consumen. En los contextos particulares desde dónde pensamos hay diferentes y desiguales prácticas de apropiación de esas tecnologías: resistencias, rediseños y negociaciones. Por tal motivo, consideramos necesaria la pregunta por las prácticas de apropiación de las TIC, desde una perspectiva que reflexione, además del acceso y del uso, sobre los significados, motivaciones, representaciones y juicios de la incorporación de las tecnologías en la cotidianidad de las prácticas de participación política, en contextos sociales de aprendizaje y con objetivos particulares de acuerdo con los proyectos individuales y colectivos de los estudiantes, sin perder de vista la dimensión política de estas prácticas cotidianas con TIC (Winocur 2009; Morales 2009; Covi Druetta 2008; Lagos Martínez et al 2017).

Antecedentes

Respecto a cómo volvemos un artefacto de la cultura parte de nuestras prácticas habituales, recupero los aportes de Michel De Certeau (1996) quien problematiza la noción de usos, en tanto acciones que tienen su propia forma y organizan las maneras de consumir. Las instituciones y quienes crean las tecnologías definen estrategias de uso de los productos y frente a esto los usuarios pueden contraponer tácticas, es decir: rechazar, transformar o subvertir “desde dentro” los propósitos iniciales para los cuáles una determinada TIC fue creada.

En continuidad con esta perspectiva teórica, entendemos por uso de las TIC a las prácticas y ejercicios habituales y recurrentes que involucran a las mismas y posibilitan la modificación de esquemas mentales, que permiten aprender y desarrollar habilidades no solo para dominar las funcionalidades de la herramienta sino para comprender el protocolo de prácticas culturales asociadas a la utilización de estas tecnologías (Covi Druetta 2008).

Desde una perspectiva sociocultural, Delia Covi Druetta (2013), sostiene que los primeros aportes sobre el concepto de apropiación lo debemos buscar en los postulados de Vytgoski y Leontiév, más precisamente en el concepto de interiorización, como un proceso de autoconstrucción y reconstrucción psíquica, que no consiste en transferir una actividad externa a un plano interno preexistente, sino que son procesos mediante los cuales el plano interior se transforma (Covi Druetta 2013: 12). Para investigar procesos de apropiación, Susana Morales (2017), propone pensar prácticas concretas de apropiación de los sujetos, es decir, un conjunto de actividades a través de los cuáles los mismos expresan su vínculo con las tecnologías, de aquí que dichas prácticas no sólo puedan ser comprendidas sino que además nos permitan comprender el mundo del que formamos parte. Para Morales es posible hablar de apropiación: “Como aquellas prácticas a través de las cuales los sujetos, como fruto de procesos de reflexividad explícitos o implícitos emprenden una tarea de elucidación acerca de su propio vínculo con las tecnologías y lo que ellas representan en la sociedad” (Morales 2017: 40).

En relación a estas ideas y para el presente artículo, considero que existen prácticas de apropiación cuando los estudiantes logran un uso reflexivo de las TIC y las adaptan a sus propósitos universitarios, en contextos individuales y colectivos, que les posibilitan aprender las funcionalidades de los artefactos para resolver necesidades concretas y construir significados en relación a las decisiones que toman al momento de elegir y usar, de múltiples formas, esas tecnologías.

Metodología

El proceso de recolección de datos que se sistematiza en esta ponencia, comenzó en marzo de 2017 con la realización de observaciones y entrevistas semi-estructuradas a estudiantes de las Carreras de Periodismo y Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales. En relación a la cantidad de entrevistas y participantes, se realizaron siete encuentros, todos en la Facultad de Ciencias Sociales, de los cuáles sólo uno incluyó a más de un participante, seis para ser preciso. Como complemento de las entrevistas realizadas se llevaron adelante diferentes observaciones del entorno, tanto en los espacios de la FACSOS (mediado físicamente) como virtuales (redes sociales y sitios web), en los cuales los estudiantes universitarios interactúan haciendo uso de alguna tecnología de la información y la comunicación.

Para el procesamiento de los datos recabados en entrevistas se utilizó el Software NVIVO Pro 11, específicamente se cargaron al programa las desgrabaciones de los testimonios recolectados y se utilizó el potencial de esta herramienta para codificar los diferentes fragmentos de entrevistas de acuerdo con las categorías anunciadas en el comienzo de este apartado.

Resultados

El uso de diferentes redes sociales, en particular Facebook, Twitter, Instagram y Whatsapp modifican los modos en los que se piensa la interacción política estudiantil. Esto implica el esfuerzo de los estudiantes que participan en agrupaciones políticas por elaborar mensajes para múltiples plataformas, realizar contenidos gráficos o audiovisuales y prestarse a interactuar en la comunicación de diferentes temas que hacen a la vida universitaria y se ven reflejadas en publicaciones y mensajes comunicados a diario. A diferencia de los medios unidireccionales de transmisión de la información, las redes sociales plantean la posibilidad de que haya un intercambio horizontal, participativo e interactivo entre los actores que forman parte del acto comunicativo (Van Dijk, 2016). Esta posibilidad se vive por los militantes políticos con mucha cautela, en una suerte de preservación de la imagen pública de la agrupación, que se pone “en juego” en cada nuevo mensaje y cada publicación que se sube a internet: “estás compartiendo algo en un espacio que es público y que no todos piensan igual y a veces no se dan discusiones políticas sino que se habla más del odio de mucha gente” (Alexis, estudiante de Periodismo). Esta idea de “cuidarse” o “ser cautos” con lo que se publica o dice en nombre de la agrupación o el Centro de Estudiantes apareció en reiteradas oportunidades revelando dos cuestiones: la importancia de dominar los códigos implícitos en el uso de cada medio social, es decir, no cometer errores no forzados por no saber

comunicar y la vinculación inescindible entre lo que sucede en el mundo virtual- online y analógico- offline y viceversa. En particular por que “lo pueden ver la mayoría de los estudiantes de la facultad, y vos te estás peleando con un “actor” y después te cruzan y te dicen estuviste mal o tal cosa. Prefiero que sea cara a cara. (Juan Ignacio, estudiante de Comunicación y militante de una agrupación política).

Comunicar en las redes sociales o el servicio de mensajería de Whatsapp exige a las agrupaciones políticas y al Centro de estudiantes pensar tácticas y desarrollar habilidades de comunicación digital, que implica el desafío de una comunicación permanente y horizontal entre los estudiantes que tienen responsabilidades de representación y aquellos que participan con sus consultas, cuestionamientos, opiniones y propuestas por los medios, analógicos y digitales que tienen a disposición. En cuanto al espacio virtual como lugar de debate, intercambio de opiniones y defensa de argumentos respecto a algún tema en particular, los estudiantes prefieren evitarlo y recurrir a las tradicionales reuniones en la facultad o resolver los problemas “cara a cara”: “Porque por ahí se malinterpreta y después se arma todo un desenlace dramático” (Facundo, estudiante de Periodismo y militante de una agrupación política).

Un caso que permite analizar la relación política entre diferentes estudiantes (militantes y no organizados partidariamente) y el uso de las TIC, fue la organización para recolectar dinero en pos de viajar al XV Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación, celebrado en septiembre de 2017 en la ciudad de Paraná. Los dos espacios de interacción entre los interesados en viajar fueron las reuniones en la facultad y un grupo en el servicio de mensajería Whatsapp que permitía informar los avances de la organización, más allá de que pudieran o no asistir a las reuniones. En el grupo de Whatsapp, pude observar cómo los estudiantes debatían, proponían, se organizaban para trabajar y decidían cómo vincularse con el resto de los actores políticos: autoridades de la universidad, la facultad y representantes estudiantiles del Centro de Estudiantes (que formaban parte de la comitiva interesada en viajar).

En reiteradas oportunidades observé que fue necesario que algunas de las estudiantes que lideraban (por la legitimidad del trabajo y su capacidad de tomar la iniciativa) el contingente establecieran pautas de uso del grupo en Whatsapp, en particular cuando algún estudiante desvirtuaba el sentido del mismo compartiendo un mensaje que no estaba relacionado con el viaje y cuándo un error en la interpretación de un comunicado desembocaba en una seguidilla de respuestas que generaban confusión. Cada vez que se intentaba reorientar la discusión, desacreditar a quienes importunaban o imponer ideas en el grupo de Whatsapp se disputaban los liderazgos, los intereses y los acuerdos (tácitos) acerca de quienes estaban autorizados para

proponer en el espacio virtual, que además, tenía un correlato directo con los encuentros presenciales.

Esto da cuenta de los códigos implícitos, no escritos y tampoco enunciados en las reuniones presenciales que regularon la actividad dentro del grupo de Whatsapp y posibilitaron complejizar la organización y el esfuerzo para alcanzar objetivos comunes. La moderación espontánea permitió aunar las voluntades del resto de los participantes y evitar conflictos, malos entendidos o distracciones que hubiesen dificultado recaudar lo necesario para viajar a Paraná.

Esta experiencia de organización política, puede pensarse siguiendo a De Certeau (1984) cómo tácticas de los usuarios para alcanzar los propósitos que se persiguen (viajar al Congreso) y organizar la acción por medio de la comunicación, es decir, poner las posibilidades de una tecnología en beneficio de una causa que implica organización y acción, reinscribir nuevas funciones y normas de uso, que escapan a los propósitos iniciales para la cual dicha tecnología fue pensada. En conclusión, la apropiación de las TIC en el caso analizado favorecieron la construcción de consensos, la visibilización de las demandas, y la comunicación entre estudiantes militantes y aquellos que no son parte de las organizaciones políticas.

Bibliografía

Álvarez-Gayou Jurgenson, Juan Luis. 2003. *Cómo hacer investigación cualitativa: fundamentos y metodología*. Paidós. México, D.F., Buenos Aires, Barcelona.

Berardi, Franco. 2018. *Fenomenología del Fin*. Caja negra. Buenos Aires.

Bourdieu, Pierre. 2002. "La "juventud" no es más que una palabra". En *Sociología y cultura* (pp. 163- 173. Grijalbo, Conaculta, México.

Crovi Druetta, Delia. 2008. Dimensión social del acceso, uso y apropiación de las TIC. *Contratexto*, (016), 65-79.

Crovi Druetta, Delia. 2013. Repensar la apropiación desde la cultura digital (pp. 11-24). Morales, S. y Loyola, MI (Comps.) *Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación. La apropiación tecnomediática*. Imago Mundi. Buenos Aires.

De Certeau, Michel. 1996. *La invención de lo cotidiano* (Vol. 1). Universidad Iberoamericana.

Han, Byung Chul. 2013. *La sociedad de la transparencia*. Herder Editorial.

Kalman, Judith. 2003. El acceso a la cultura escrita: la participación social y la apropiación de conocimientos en eventos cotidianos de lectura y escritura. *RMIE*, 8 (17).

Lago Martínez, Silvia, Méndez, Anahí y Gendler, Martín. 2017. "Teoría, debates y nuevas perspectivas sobre la apropiación de tecnologías digitales" en Cabello y López (2017). *Contribuciones al estudio de procesos de apropiación de tecnologías*. 1a ed. Rada Tilly: Del Gato Gris; Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Red de

Investigadores sobre Apropiación de Tecnologías.

Martín-Barbero, Jesús. 2003. *Oficio de cartógrafo*. Fondo de Cultura Económica. México.

Martínez- Salgado, Carolina. 2012. El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Revista Ciência & Saúde Coletiva*, 17(3).

Morales, Susana. 2009. La apropiación de TIC: una perspectiva. S. Morales & MI Loyola (Comps.), *Los jóvenes y las TIC. Apropiación y uso en educación*, 99-120. Copyrápido. Córdoba, Argentina.

Morales, Susana. 2017. "Imaginación y Software: aportes para la construcción del paradigma de la apropiación" en Cabello y López (2017). *Contribuciones al estudio de procesos de apropiación de tecnologías*. 1a ed. Rada Tilly: Del Gato Gris; Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Red de Investigadores sobre Apropiación de Tecnologías.

Murolo, Norberto Leonardo. 2014. *Hegemonía de los sentidos y usos de las Tecnologías de la Comunicación por parte de jóvenes del Conurbano Bonaerense Sur*. Estudio realizado en Quilmes 2011- 2014 (Tesis doctoral). Universidad Nacional de La Plata- FPCS. La Plata.

Prensky, Marc. 2001. Nativos digitales, inmigrantes digitales. *On the horizon*, 9(5), 1-7. doi: <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>

Reguillo Cruz, Rossana. 1998. De la pasión metodológica o de la (paradójica) posibilidad de la investigación. R. Mejía Arauz & SA Sandoval (Coords.), *Tras las vetas de la investigación cualitativa*, 17-38.

Reguillo Cruz, Rossana. 2000. Pensar los jóvenes, un debate necesario. En Reguillo Cruz, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles. Estrategia del desencanto*, 19-47.

Scolari, Carlos Alberto. 2015. *Ecología de los medios*. Gedisa. Barcelona.

Serres, Michel. 2014. *Pulgarcita*. Gedisa. Barcelona.

Srnicek, Nick. 2018. *Capitalismo de plataformas*. Caja negra. Buenos Aires.

Winocur, Rosalía. 2009. *Robinson Crusoe ya tiene celular*. Siglo XXI. México.

Zuazo, Natalia. 2018. *Los dueños de internet: Cómo nos dominan los gigantes de la tecnología y qué hacer para cambiarlo*. DEBATE. Buenos Aires.

LAS PRÁCTICAS INFORMATIVAS LOCALES Y LA MIRADA SOBRE EL PERIODISMO REGIONAL

Bergero, Fabián

FDSC - UNCo / Beter3@gmail.com

Schleifer, Pablo

FDSC - UNCo / Pablo_schleifer@yahoo.com.ar

Palabras claves: prácticas; medios; consumos; digital; Alto Valle

Las lógicas de producción, distribución, circulación y consumo de noticias no son homogéneas en todo el país. Cada región presenta particularidades que tienen que ver tanto con las posibilidades técnicas (conectividad fija y móvil); los medios accesibles y sus características; los recursos económicos; el tamaño de la plaza de medios y las prácticas propias de sus poblaciones (horarios de trabajo, siestas, temperaturas, entre otras).

Desde hace 10 años, el equipo de investigación en Periodismo Digital (#PDComahue) viene relevando estas prácticas diferenciales, y va marcando un patrón de consumo bien local, y con características que cambian radicalmente de una medición a otra.

La última medición realizada en Noviembre de 2018, revela una tendencia que se venía consolidando en 2016: el uso de redes sociales como plataformas informativas; la valorización de las noticias “incidentales” proveniente, sobre todo, de sus propios contactos.

En este último estudio, se profundizó la mirada sobre las consideraciones de las audiencias acerca de la labor del periodismo y de la calidad de la información de los medios locales, a través de una tarea conjunta con el Laboratorio Transmedia de la Patagonia y el Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales.

Antecedentes

Esta indagación buscó conocer las prácticas de consumo de los y las habitantes del Alto Valle de Río Negro y Neuquén, para compararlos con los de otros centros urbanos, pero sobre todo, con estudios anteriores del equipo de investigación de #PDComahue.

El primero de ellos fue el de Rost, Reta y Apesteguía (2008), que demostró los modos de informarse de la gente en ámbitos invasivos (el trabajo, los ciber); el multitasking y la navegación sucesiva en varios sitios; la búsqueda en la web de noticias locales; entre otros.

En 2013, Bergero entrevistó a 24 docentes y estudiantes

universitarios que consumían noticias en sitios digitales una vez por semana como mínimo. Allí se determinaron algunos cambios: la navegación en los hogares; la búsqueda de profundidad en las noticias mediante la confrontación en varios portales (lectura crítica) y la computadora de escritorio como plataforma principal.}

La última actualización sobre prácticas de consumo informativo fue la realizada por Solaro (2016: 163-182), en donde se verifica la consolidación del hogar como ámbito de consumo; la PC seguía siendo la plataforma elegida, con una mayor velocidad de navegación. También determinó el uso incipiente de redes sociales para obtener información, y el fenómeno de la noticia incidental (Cerezo, 2016; Boczkowsky y Mitchelstein, 2017).

Metodología

La información fue relevada mediante una encuesta realizada en Noviembre de 2018 entre navegantes regionales. El cuestionario se estructuró a partir de preguntas abiertas y cerradas. Ante la imposibilidad de conseguir financiamiento, el relevamiento se ha llevado adelante mediante distribución vía internet y redes sociales. Esto incluyó posteos en las redes sociales de los y las integrantes del equipo de investigación de #PDComahue (Facebook, Instagram, Twitter); emails; Whatsapp. Durante el primer trimestre de 2019 se procesaron las 338 encuestas válidas.

Conclusiones

La población del Alto Valle de Río Negro y Neuquén tiene prácticas de consumo informativo que coinciden con los de las grandes concentraciones urbanas, pero otros que la diferencian.

Se informa sobre todo a través de portales en la web y las redes sociales. Luego por la radio, la televisión y por último los diarios en papel. Ese consumo suele ser simultáneo. El teléfono móvil es la plataforma clave para acceder a la información en prácticamente todos los segmentos etarios, seguido por la televisión. Los medios de referencia son los diarios Río Negro y La Mañana Neuquén, en ese orden. Pero en conjunto con otras lecturas, los medios nacionales son más leídos que los locales.

La gente prefiere los radios locales de modulación de frecuencia antes que las de amplitud. Y los canales de noticias de cable (C5N y TN) antes que los abiertos regionales (Canal 7 y Canal 10). La información que buscan en los medios es regional y local, relegando la nacional e internacional a un segundo plano. Facebook es la red social preferida para consumir información, en general y sobre todo en los mayores de 65 años. Las personas más jóvenes, optan por Twitter e Instagram. Whatsapp emerge como el gran canal de información

para prácticamente todos los sectores etarios.

La información que leen -dicen- es la que aparece en los muros de sus redes sociales mas que la que le ofrecen los medios en forma permanente. Aseguran que pese a las posibilidades del soporte web, participan poco. Las redes mas activas son Facebook y Whatsapp, a la que ven como una red social. Y que el modo más habitual de interactuar con los contenidos, es compartiendo las noticias con sus seguidores.

Consideran que la información que ofrecen los medios es de suficiente para abajo. Pocas personas en esta encuesta la valoraron como amplia o muy amplia. Dicen que lo que aprecian de la información es su identificación con el discurso y su imparcialidad, antes que la amplitud de mirada o su pensamiento crítico. Aunque señalan que lo que buscan de un periodista es la información, transparencia y su independencia de los poderes.

LA RECEPCIÓN DEL NOTICIERO LOCAL Y LA EXPERIENCIA DE PERTENECER

Cantú, Ariadna

DC - CFCH - UNRC/ acantu@hum.unrc.edu.ar

Palabras claves: públicos; interacciones; socialidad; ambientes; comunidad

Introducción

Esta presentación busca dar cuenta de las prácticas de recepción de programas particulares desde una perspectiva interaccional, concibiendo al vínculo que se produce con los medios como una interacción más dentro del abanico de interacciones en las que participan las personas. Partimos de comprender la recepción asidua de programas específicos como espacios de encuentros, de interacción y de construcción de vínculos. Para ello se aborda el caso de la recepción del informativo local Telediario⁴³ (Canal 13, Río Cuarto). A partir de un estudio cualitativo, se realizaron entrevistas focalizadas a quienes se definen como miembros del público de Telediario (receptores asiduos), con el objetivo de reconstruir sus

prácticas de recepción así como las configuraciones de sentido que construyen en torno a ellas. En esta ponencia, me centraré en particular en identificar y desarrollar aquellos sentidos asociados a las prácticas de recepción como formas de experimentar la pertenencia a una comunidad.

Los vínculos con el noticiero

La experiencia de ser receptor asiduo del noticiero supone algunas características generales. Este informativo es el que se ve habitualmente, por elección propia o de un miembro de la familia; el horario del noticiero forma parte de las rutinas diarias del hogar, se incorpora a ellas y marca los ritmos de la cotidianeidad. Su recepción reúne a la familia y, en general, ocupa la pantalla (tv) central del hogar, aunque la atención oscile entre ésta y la mesa del almuerzo.

Más allá de esta configuración general, se identifican algunas diferencias en los modos de consumo y en los significados atribuidos a esta práctica a partir de las cuales postulé dos tipos opuestos de televidentes asiduos: el *distante* y el *conectado*.

El tipo *distante* supone una relación en la que prima el aspecto informativo. El noticiero local forma parte de las rutinas cotidianas del hogar pero no existe un vínculo de familiaridad con él, y consecuentemente no posibilita la conexión con otros ambientes, ni se percibe como parte de las interacciones cotidianas. Para este tipo de televidente la relación con el informativo se experimenta como monológica y no horizontal. El contacto que se establece con y merced al noticiero es de mínima conexión.

En el tipo *conectado*, el contacto, los lazos que se crean y recrean y el refuerzo del sentido de pertenencia se presentan como aspectos fundamentales en la prosecución del vínculo diario con el noticiero local. La recepción está más asociada a sostener las redes de interacción de las que se participa, los vínculos previos y los que se conforman a partir de la recepción, aunque esto no invalida la perspectiva informativa, sino que, por el contrario, el vínculo se confirma también a partir del interés por las informaciones que hablan de *su* ciudad, de *su* gente, de *sus* vecinos. Esta configuración se caracteriza por la percepción de un vínculo de simetría con el noticiero, donde el programa es *un otro yo*. Así esta relación se experimenta como horizontal y dialógica y forma parte de las interacciones cotidianas. Se establece un lazo de familiaridad con el programa y sus conductores y periodistas pasan a formar parte de los vínculos frecuentes; se consolida una relación de *intimidad a distancia* que se percibe como recíproca. El noticiero se constituye en un nodo desde donde estos televidentes establecen múltiples relaciones y contactos y al mismo tiempo conecta con distintos espacios cotidianos de acción e interacción: la casa, el trabajo, el

43 Este informativo es, al menos desde 1996, y hasta la actualidad, el programa más visto de la ciudad. (Rusconi et al. 2017)

barrio, la ciudad.

La constitución del ambiente mediático: un lugar de encuentros

Es este vínculo de conexión el que permite hablar de proceso de interacción entre este tipo de televidente asiduo *conectado* y el noticiero y observar a partir de ella la constitución del programa televisivo como un umbral que permite un pasaje de ida y vuelta entre el noticiero y el hogar. Un umbral por el que se cruza a ese ambiente mediático producido gracias a las distintas interacciones en las que estos televidentes asiduos conectados experimentan participar; puntos de una red de interacciones que se enlazan y entrecruzan constituyendo este ambiente. Ambiente mediático que es un lugar de parada (Hägestrand citado en Giddens, 2006), donde diversas trayectorias detienen su marcha para embarcarse en múltiples interacciones, a partir de las cuales crean y recrean diferentes lazos sociales. Ambiente mediático que se constituye en otro lugar donde experimentar la socialidad cotidiana, otro lugar de reunión [invisible (Gheude, 1997) con diversos interlocutores que, dada esta práctica rutinaria, se tornan parte de sus contactos habituales.

En los relatos de los televidentes asiduos aparece de manera reiterada el pronombre personal *nosotros* cuando reconstruyen sus prácticas de recepción. La profundización del análisis de esta categoría permite distinguir distintos referentes para estos nosotros. Así, se puede identificar una variedad de colectivos a los que refiere, colectivos que se hacen presentes e incluso se constituyen en el momento de la recepción y apropiación del informativo. Estos *nosotros* dan cuenta y confirman la calidad de este ambiente mediático como un lugar de encuentros; *nosotros* que hablan de esa práctica como un momento compartido, no individual, y no sólo compartido frente a la pantalla sino que dan cuenta de diferentes agrupaciones que incluyen a diversidad de *otros* que habitan a ambos lados del televisor.

Comunidad

La observación de los vínculos y de los sentidos que se establecen a partir de las prácticas de ver el noticiero local, permitieron identificar la conformación de una comunidad integrada por todas las personas y colectivos que participan de manera asidua en este ambiente mediático.

Tres condiciones centrales posibilitan pensar en la constitución de una comunidad. Por un lado, se advierte en quienes sostienen este vínculo un *sentimiento subjetivo de formar parte de un todo* (Weber, 1982). La reunión que se abre frente a la pantalla es vivida como una práctica compartida. Este sentirse parte de un colectivo le otorga

un plus al contacto habitual con el noticiero, contacto que les posibilita recrear un vínculo de pertenencia. Por otro lado, la segunda cuestión fundante supone la percepción de la existencia de “algo común” entre sus participantes. La primera cuestión en común es la práctica habitual de recepción del noticiero y a partir de allí el hecho de compartir las mismas informaciones, las mismas preocupaciones, en definitiva, compartir una mirada similar acerca de la “realidad”. Finalmente, también se puede hablar de comunidad por la construcción del vínculo entre los miembros como una relación de reciprocidad que implica la percepción del otro como un otro yo y la noción de que este ambiente mediático posibilita un “estar con”, un “estar junto” (Maffesoli, 1990).

Las prácticas de recepción como formas de experimentar la pertenencia

Asumir la práctica de recepción y apropiación de un programa particular como una práctica que habilita múltiples relaciones, resulta el punto inicial para pensar la constitución de una comunidad a partir de esta práctica cotidiana, habitual y ritualizada. Práctica cotidiana que no sólo marca el ritmo de las tareas diarias, sino que ella misma forma parte de las rutinas y del entramado de actividades que configuran la vida cotidiana. Habitual (Fecheni, 2014), ya que encuentra una parte importante de su sentido en el placer por la construcción y reiteración del vínculo con el propio objeto/programa así como la repetición de todos los demás vínculos que se sostienen a partir de esta práctica. Y ritualizada, lo cual da cuenta de un conjunto de códigos de comportamiento, de asunción de roles y, fundamentalmente, de un complejo de símbolos que brindan información sobre el propio yo, sobre los otros y sobre la situación. Así, como toda práctica ritual, esta práctica de recepción está cargada de sentidos y su finalidad última es confirmar la pertenencia al grupo (Durkheim, [1912] 1992; Augé, 1995).

Encender el televisor y conectar con el programa es ingresar a un encuentro comunitario. El noticiero juega un rol importante en esta comunidad: es el contador de las historias del grupo, el que le recuerda al grupo que forma parte y desde ya es también el espectáculo (Bauman, 2002; 2003) que promueve la reunión diaria donde el colectivo renueva su pertenencia. El noticiero es a la vez parte de este tejido social [*el noticiero nuestro*], hace parte de él a sus receptores [*nos hace compartir*] y los reafirma como parte [*al reunirnos frente a los mismos problemas*].

Este consumo particular permite entonces recrear el sentido gregario, aunque los lazos que aúnan a los participantes de esta comunidad sean frágiles, imperceptibles o efímeros; aunque la propia comunidad sea frágil, difícil de asir y, a su modo, también fugaz. Pero allí está, se corporiza en cada práctica ritual en torno

al consumo del programa con el que se mantiene ese vínculo particular de conexión.

Bibliografía

- Augé, M. (1995) *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*. Barcelona, España: Gedisa.
- Bauman, Z. (2002) *Modernidad líquida*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2003) *Comunidad. En busca de seguridad en un mundo hostil*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Durkheim, E. ([1912] 1992) *Las formas elementales de la vida religiosa*. Madrid, España: Akal.
- Fechine, Y. (2014) Elogio a la programación: repensando la televisión que no desapareció. En Carlón, M. y C. Scolari (eds.) *El fin de los medios masivos*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Gheude, M. (1997) La reunión invisible. En Veyrat-Masson, I. y D. Dayan (comps.) *Espacios públicos en imágenes*. Barcelona, España: Gedisa.
- Giddens, A. (2006) *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Maffesoli, M. (1990) *El tiempo de las tribus. El declive del individualismo en las sociedades de masas*. Barcelona, España: Icaria Editorial.
- Rusconi, C, M. Bosco y M. Milani (2017) Estudio de audiencias. Río Cuarto, diciembre 2016. *Cuadernos de Temas y Problemas de Comunicación* N° 9, Centro de Investigación en Comunicación – Dpto. de Ciencias de la Comunicación, FCH, UNRC. Río Cuarto. (inédito)
- Weber, M. (1982) Sobre algunas categorías de la sociología comprensiva [1913]. En *Ensayos sobre metodología sociológica*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

SOSTENIBILIDAD DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS DE SAN JUAN: EXPERIENCIA DE RADIO LA LECHUZA Y RADIO CAMPESINA INDÍGENA

Carranza, Gisel

FCS – UNSJ / carranza558@gmail.com

Porcel, Leandro

FCS – UNSJ /cocoporcel@gmail.com

Palabras claves: comunicación comunitaria; desafíos; producción; recursos; derecho

“Definir qué entendemos por comunicación equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir” (Vinelli, 2014)

Como estudiantes, entendemos a la comunicación como un derecho humano que se plasma en un espacio común a través del diálogo dentro de relaciones horizontales. Es un intercambio cultural que genera sentidos y consensos sociales que se manifiestan en prácticas culturales que reproducen las personas en la sociedad.

Desde el paradigma comunitario la comunicación es política ya que nace desde diversas y numerosas luchas sociales que se plasmaron en contra de la dominación ejercida por una clase dominante. Dominación que afecta directamente en desigualdades sociales que incluye flujos de información, censura, entre otras.

La comunicación comunitaria apuesta a la mirada crítica, contra hegemónica, a la revalorización de la democracia y los movimientos sociales, la cultura popular y la pluralidad de voces, teniendo como objeto la transformación social. Como plantea Natalia Vinelli “la comunicación comunitaria es un ejercicio epistemológico y fundamentalmente, es una necesidad política práctica para un sector de las actuales experiencias comunicativas, que compartiendo la categoría “sin fines de lucro”, se ven en situación de desigualdad frente a otras de mayor dimensión y capacidad financiera.” (Vinelli, 2014)

El rol de los y las comunicadores/ras sociales comunitarios/as es servir de herramienta para que las voces de las personas, de las organizaciones sociales, los sindicatos, las uniones vecinales, las cooperativas y las mal llamadas “minorías” sean escuchadas. Además, cabe

destacar la apropiación de la producción de contenido y la consideración del sujeto popular como actor/a principal y fundamental.

La comunicación comunitaria busca fomentar los espacios de debate colectivos. A través de la palabra se generan estructuras horizontales donde se define la agenda mediática. Una agenda que no está atravesada por el sensacionalismo, la verticalidad, ni la competencia como lo es en los medios tradicionales hegemónicos, sino que lo transversal es la colaboración, la solidaridad, la horizontalidad, el reconocimiento de subjetividad y la apertura para recibir distintas miradas, sectores, entre otros. Hablamos de una contransformación como ejercicio periodístico, el contenido que se genera desde allí es pensado desde la perspectiva de derechos, visibilizando las diferencias existentes y promoviendo mayor equidad social.

En este sentido, el objetivo de la comunicación comunitaria es lograr la emancipación y el empoderamiento de los sectores vulnerados por el sistema capitalista. Una labor que ponga en valor la igualdad y el derecho de las personas por sobre las lógicas capitalistas de consumo, que se oponen a las prácticas colectivas y de unión social.

Finalmente, en relación a la gestión económica, cabe decir que los medios de comunicación comunitaria no tienen como fin último la acumulación de bienes, como sucede en la comunicación tradicional hegemónica alineada al modelo económico capitalista. Sin embargo, los recursos monetarios, las rentas, son necesarios en un medio para subsistir. De esta manera, los medios comunitarios, alternativos y populares no cuentan con un “dueño” u organización jerárquica que tome las decisiones, sino que son espacios donde se aportan y se debaten todas las cuestiones a decidir.

Breve caracterización de las radios comunitarias Campesina y La Lechuza

Las reflexiones que buscamos plasmar en este trabajo surgen a partir de visitas a dos radios comunitarias de la provincia de San Juan: La Lechuza y Radio Campesina Indígena. Participamos de estos encuentros en el marco de investigaciones académicas realizadas para las cátedras Comunicación Comunitaria y Sociopolítica y Economía Política de la Comunicación de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de San Juan.

Ambas radios pueden ser catalogadas como medios comunitarios y tienen características que las sitúan como experiencias diversas de nuestra provincia. En primer lugar la ubicación geográfica las sitúa en zonas rurales, no dentro del Gran San Juan, lo cual da cuenta de un dato relevante para analizar y estudiar el proceso de

producción y difusión de contenidos. Radio La Lechuza se ubica en Pocito a aproximadamente 16 kilómetros de la ciudad, mientras que Radio Campesina Indígena se localiza en El Encón a 105 kilómetros aproximadamente del centro de la ciudad. Sus lugares de establecimiento, alejados del Gran San Juan, en suma al alcance de sus señales, limitan y especifican el público de ambas radios.

Así mismo, Radio Campesina Indígena y La Lechuza responden a características similares en su proceso creativo. La línea sociopolítica nos permite enmarcar este proceso como la dimensión social dentro de la sostenibilidad de los medios comunitarios. De este modo, las dos radios dan importancia a la inserción territorial y al vínculo que establecen con sus oyentes. Estos medios comunitarios buscan promover un enfoque de comunicación centrado en el sujeto popular, que pone como principal actor de producción y disputa de sentido a la comunidad de Pocito (Radio La Lechuza) y de El Encón (Radio Campesina). En este sentido, ambas radios poseen una estructura organizativa horizontal que permite apertura hacia el público y fomenta la participación de los y las vecinas de la zona. Este modo de organización consiente consensuar el contenido, la agenda, la línea política-ideológica del medio de manera asamblearia.

Para lograr el enfoque de comunicación participativa es necesaria la inserción territorial de los medios en su comunidad, para esto las radios, que son además concebidas como organizaciones sociales, realizan actividades y tareas solidarias y logran instaurar una relación cercana con sus oyentes, y muchas veces ellos son incentivados a participar en el proceso de creación de contenido. Además, la visión de las radios como organizaciones sociales insertas en la comunidad requiere una fuerte relación con otros espacios y organizaciones que se encuentran en la coyuntura política construyendo y disputando sentidos comunes. Los dos casos tienen una estrecha relación con movimientos políticos, cooperativas de trabajo, uniones vecinales, partidos y sindicatos, entre otras organizaciones sociales.

Por último, otro punto que comparten estas radios es el gran desafío que significa el financiamiento y la sostenibilidad de un medio comunitario en el contexto político actual. En este punto existe una diferencia sustancial respecto de las dos experiencias de radios comunitarias en San Juan. En el caso de Radio Campesina de El Encón existe en condiciones económicas sumamente adversas. La radio se financia a través de actividades benéficas como bingos y un aporte de la municipalidad para pagar el servicio de luz. Los recursos con los que dispone la radio son muy escasos, hecho que repercute fuertemente en las capacidades técnicas del medio. Por suerte Radio La Lechuza es un medio con mayores recursos económicos, cuenta con diversas fuentes de financiamiento como

donaciones provenientes de un club de socios, pauta publicitaria privada e institucional y concursos del FOMECA. Esto permite que la radio gestione su propia página web, redes sociales, pague salarios a trabajadores, y tenga un mejor equipamiento técnico.

Entonces, teniendo en cuenta la situación particular de financiamiento y disponibilidad de recursos económicos de cada radio es que surgen algunos cuestionamientos y reflexiones que buscamos profundizar en este trabajo ¿Qué nivel de injerencia tienen los recursos económicos en un medio comunitario? ¿Hasta qué punto este punto condiciona la producción de contenidos? ¿Qué desafíos tienen estas radios en la en este marco socioeconómico y cultural actual?

Bibliografía

Jaimes, D. (2014). *Gestión de Medios Comunitarios y Populares*. Buenos Aires: Departamento de Publicaciones de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Provincia de Buenos Aires

Vinelli, N. (2014). *La Televisión desde abajo historia, alternatividad y periodismo de contrainformación*. Buenos Aires: El Río Suená

REVISTA DE MODA: ¿NOS IMPONEN LA BELLEZA?

Dieguez, Evangelina Luján

FC - UNICEN / evangelina.dieguez@gmail.com

Palabras claves: influencia; estereotipos; revistas; consecuencias; marketing

En el presente trabajo, decidí escribir sobre la influencia que tienen las revistas de moda en la sociedad. Primero, hablaré sobre la influencia de las revistas en la sociedad y el mensaje que nos intenta dar. Luego, daré una pequeña mención acerca de las fotografías. Después, mencionaré algunas señales negativas que estos medios producen. Por último, tomaré como ejemplo la revista Vogue para analizar las fotografías y las notas y saber cuál es su

opinión y si esto último coincide con lo que muestran. Este trabajo tiene como antecedente un trabajo monográfico final presentado ante la cátedra de fotoperiodismo, misma que trata sobre la influencia de las fotos de las revistas ante la sociedad.

El concepto de belleza y el mensaje de los medios

A través de los años, el concepto de belleza ha cambiado, aunque también cambia dependiendo de la cultura. Las revistas y, sobre todo, las imágenes han sido la principal forma de comunicar la moda.

Las revistas son un medio gráfico que influyen mucho en la sociedad, sobre todo en adolescentes, principalmente las revistas de moda. Según Sofía Castañeda, las revistas “son una forma muy rentable para persuadirlos de comprar un producto de moda”.

Los medios de comunicación producen mensajes que nos van llegando de manera aparentemente inocente a través de conceptos que después se instalan de una manera social tan fuerte que es difícil de romper. Hemos depositado en los medios el valor de la verdad de lo que se dice.

De acuerdo con Victoria Nannini, “la moda presenta un aspecto de originalidad pero al mismo tiempo de ambigüedad. La misma intenta funcionar como un discriminante social y señal manifiesta de superioridad social”.

La revista de moda se encuentra muy presente en nuestra comunicación y forma parte de nuestra cultura. Las imágenes son parte fundamental ya que estas son las que ilustran y describen mejor lo que quieren vender o mostrar. En la mayoría de los casos, los textos solo acompañan a la imagen dando detalles de ella.

“Socialmente una persona muchas veces se resiste al cambio e intenta igualarse a otros, pero también surge en la moda una importancia fundamental otorgada a buscar la identidad individual, a diferenciarse de otros y cambiar o romper con lo rutinario. Esto se puede percibir como situaciones contradictorias pero ambas se dan al mismo tiempo y expresan una tendencia psicológica hacia la imitación, en tanto que extensión de la vida del grupo a la vida individual. Al imitar, el individuo siente cierto apoyo, se siente contenido en su actuar, muchos usan lo mismo y eso los hace sentir parte del grupo con el que comparten el mismo estilo de vestir, prendas similares o marcas parecidas”.⁴⁴

44 Nannini, Victoria (2016); “Moda, comunicación y poder. ¿Qué vestimos, porque y que queremos decir con eso?” (Tesina de grado); Facultad de Ciencias Políticas y RR.II.

Es todo una construcción subjetiva que tiende a formar un imaginario en el lector que va llevando a una conclusión casi natural. Y después surgen un montón de estados iguales donde siempre se vuelcan el peso sobre la víctima. Y no pasa nada con el otro factor.

La fotografía una herramienta que nos permite mostrar aquello que no podemos describir con las palabras. Y esta circula mucho mejor que los textos, transformándose en una herramienta fundamental para cualquier evento y para que cualquier medio de comunicación ilustre sus notas.

Fernando Clementin, en una nota publicada en el portal “Eres mamá” menciona algunas señales negativas que los padres pueden identificar cuando sus hijos tratan de seguir ciertas modas. Estas son:

- Querer aparentar mayor edad
- Copiar algo que esté de moda con tal de ser populares
- Seguir a sus artistas favoritos en todo
- No alimentarse de forma adecuada

“... las mujeres sí son dañadas psicológicamente por las consignas establecidas pero no queremos poner al hombre (hombre como varón) como referente de todos los males, o en un lugar de que él no recibe maltratos ni decodifica situaciones que lo llevan a querer verse más lindo.”⁴⁵

Una revista prestigiosa

Con propósito de la presente ponencia, decidí tomar como ejemplo la revista “Vogue” para analizar ya que es mundialmente famosa. Se analizó 11 ejemplares de la edición para Latinoamérica, mismos que comprenden los números entre marzo de 2018 a enero de 2019. En la mayoría de ellas podemos observar un mismo patrón: un fondo blanco y, como modelo, una chica joven de fama internacional como por ejemplo Tini Stoessel, Lali Espósito, Bella Hadid, Camila Cabello, etc.

Podemos exceptuar cinco números con fondo distinto: uno en color rosa y cuatro con un paisaje o asiento de automóvil de fondo. Las modelos se destacan por ser delgadas, jóvenes, en 10 de los 11 ejemplares las jóvenes son de piel blanca y en una son dos chicas de piel oscura.

En su interior, las imágenes son el principal elemento de este magazine. Si analizamos más a detalle las publicidades,

Universidad Nacional de Rosario; Rosario. Pág. 13

45 Anónimo. “Los medios de comunicación y el ideal de belleza”. Recuperado de <https://www.monografias.com/trabajos94/los-medios-comunicacion-y-ideal-belleza/los-medios-comunicacion-y-ideal-belleza2.shtml>

encontramos un mismo patrón en el aspecto físico de las modelos: chicas jóvenes muy delgadas, de piel clara, de cabello rubio o castaño.

“... hemos creado un nuevo estándar de belleza muy poco saludable. Imágenes irreales han invadido el mundo digital. Comienzan a desdibujar nuestro parámetro de lo bello y aceptable. Hoy, los cánones son altamente exigentes y, por ende, inalcanzables. Desequilibrio emocional, frustraciones, ansiedad y bajo amor propio. Abrir los ojos, creer menos en lo que vemos, aceptarnos y revalorizar lo natural son las claves para recuperar un ideal mucho más humano”.⁴⁶

Esta cita escrita por Julieta Otero no sonaría tan contradictoria si no fuera porque la misma forma parte de una nota que se publicó en la edición de Abril del año pasado y sus modelos llevan esa imagen “fit”, llenas de maquillaje y sin una gota de imperfecciones (tapado con kilos de maquillaje, Photoshop o con la misma ropa) que la propia autora describe y critica.

Es irónico que un icono del periodismo de moda publique un artículo criticando y rechazando un estereotipo que ellos mismo muestran en sus propias páginas. Algo similar a lo que Karl Popper hizo por allá a principios del siglo XX: criticar el método del Círculo de Viena en las publicaciones que el mismo escribía para la propia revista de dicha institución.

Copiar lo que se ve

Las adolescentes toman las modelos de las revistas como ejemplo. Quieren imitar lo que ven en los magazines sin importar las consecuencias: cirugías, Photoshop o aplican métodos en sus cuerpos que generan en ellas trastornos alimenticios tales como bulimia o anorexia.

Por otro lado, las cirugías también tienen sus riesgos, entre las que podemos mencionar alergias, infecciones de tejidos, hemorragias, etc. Según el doctor Omar Pellicioni, a diferencia de la bulimia y la anorexia, el porcentaje de que estas complicaciones ocurran son muy bajas.

Sin embargo, más allá que las revistas traten de imponer un modelo de belleza, hay personas que opinan que la belleza no debe tener un estereotipo. En una encuesta realizada en agosto de 2019 a través de Instagram a 67 mujeres, el 100% de las encuestadas aceptaron la idea de ver a chicas con diferentes medidas corporales, asegurando que todas debemos estar representadas.

46 Otero, J. (abril de 2018). “Belleza de Artificio”. *Vogue*. (volumen 18 nº 4). Pág. 120

Conclusión

Los medios de comunicación en general forman la opinión de las personas. Nos dicen qué pensar y, en el caso de las revistas de moda, como vestirnos y cómo debe ser una persona para considerarse “hermosa” dentro de sus cánones de belleza.

Aunque las revistas o las marcas de ropa intentan imponer un estereotipo de belleza, la mujer está siendo más aceptada por la sociedad sin importar su físico. Aún así, esto no quita que haya personas que no acepten que todas las mujeres sean hermosas tal cual son.

Por último, también se llega a la conclusión que las revistas de moda se plantean un discurso sobre los estereotipos de belleza, criticando a quienes muestran una imagen de mujer hermosa generada de forma artificial.

Bibliografía

- Anónimo. “Los medios de comunicación y el ideal de belleza”. Recuperado de <https://www.monografias.com/trabajos94/los-medios-comunicacion-y-ideal-belleza/los-medios-comunicacion-y-ideal-belleza2.shtml>
- DÍAZ SOLOAGA, P., MUÑIZ, C. & CÁCERES ZAPATERO, D. (2009). Consumption of Fashion Magazines and the effects on the self-perception of a woman's body: a cross-cultural study comparing Spain and Mexico using Third Person Theory. *Communication & Society* 22(2), 221-242.
- Dieguez, E. (2018) *Fotografías. Lo que nos muestran en las revistas*. Trabajo monográfico final. Catedra: Fotoperiodismo. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- Jerez, D. *El impacto de las revistas de moda en las mujeres*. Recuperado de <https://www.actitudfem.com/belleza/relajacion/el-impacto-de-las-revistas-de-moda-en-las-mujeres>
- Konstan, D. (2012). *El concepto de belleza en el mundo antiguo y su recepción en occidente*. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-30582012000100005
- Maurella, M. E. (8 de agosto de 2018). ¿Qué es la belleza hoy? La Nación. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/moda-y-belleza/que-es-belleza-hoy-nid2163464>
- Nannini, V. (2016); *Moda, comunicación y poder. ¿Qué vestimos, porque y que queremos decir con eso?* (Tesina de grado); Facultad de Ciencias Políticas y RR.II. Universidad Nacional de Rosario; Rosario.
- Otero, J. (abril de 2018). Belleza de Artificio. *Vogue*. (Volumen 18 n° 4). PP. 120 a 135
- Iglesias Diz, J.L. (2015) *¿Cómo influye la moda en el comportamiento de los adolescentes?* En *Adolescencia Sema*. Recuperado de <https://www.adolescenciasema.org/ficheros/REVISTA%20ADOLESCERE/vol3num1-2015/57-66%20Como%20influye%20la%20moda%20en%20el%20comportamiento.pdf>

[org/ficheros/REVISTA%20ADOLESCERE/vol3num1-2015/57-66%20Como%20influye%20la%20moda%20en%20el%20comportamiento.pdf](https://www.adolescenciasema.org/ficheros/REVISTA%20ADOLESCERE/vol3num1-2015/57-66%20Como%20influye%20la%20moda%20en%20el%20comportamiento.pdf)

Terren, J. (29 de junio de 2016). Ideal de belleza y medios de comunicación. *Elperiodic.com*. recuperado de https://www.elperiodic.com/opinion/artestetica/ideal-belleza-medios-comunicacion_5550

Clementin, F. *La influencia de la revista en la adolescencia*. Recuperado de <https://eresmama.com/la-influencia-la-moda-en-la-adolescencia/>

Toro, V. (23 de abril de 2018). Adolescentes y moda. *About Español*. Recuperado de <https://www.aboutspanol.com/adolescentes-y-moda-23194>

(RUR)URBANIZACIÓN Y CAMBIO TECNOLÓGICO

Galimberti, Silvina

LCC- FCH - UNRC / sgalimberti@hum.unrc.edu.ar

Palabras claves: rurbanidad; políticas públicas; tecnología; adecuación sociotécnica

La presencia y permanencia de los *actores rurbanos* (Cimadevilla y Carniglia, 2009), sus prácticas y sistemas sociotécnicos característicos en el centro de la ciudad, resultan “problemáticos” para los representantes del discurso social organizado. A primera vista, la “irrupción” rurbana es vinculada a un conjunto complejo de cuestiones que se refieren a una realidad que comparte un determinado sector social de la población con problemáticas diversas, pero cuando una lente se aproxima a esa realidad, por ejemplo la del personal actuante del Programa Recuperadores Urbanos (PRU) y la de los medios de información, lo que se resalta se resume en no muchas palabras: pobreza, núcleos familiares numerosos, baja instrucción, informalidad, problemas múltiples en y para la ciudad; micro-basurales, riesgo sanitario, contaminación, trabajo infantil, precariedad y riesgo vehicular, entre otros. Al tiempo, las interpretaciones que se le dedican giran en torno a los sentidos de ilegalidad, inseguridad, riesgos, extemporaneidad, atraso y retroceso en el que se sitúan (Cimadevilla, Demarchi y Galimberti, 2011).

En términos generales, la rurbanidad vista desde la política pública se agota en un cuadro de carencias,

problemas, peligros y desatinos, negándosele cualquier indicio de potencialidad y/o positividad intrínseca. La postal resultante incluye un conjunto de actividades informales, no deseadas; un cuadro de pobreza y marginalidad que las impulsa; y unos actores sociales carentes que, mediante el empleo de un particular sistema sociotécnico, provocan múltiples problemas que deberían evitarse. Siempre que la rurbanidad es interpelada, su sistema sociotécnico deviene central en la definición dominante de la problemática que la circunscribe y en las consiguientes modalidades de intervención. Esto es, la presencia y permanencia de la tracción animal en el casco céntrico de la ciudad -antes que la condición estructural de los actores propiamente dichos- se convierte en el principal motivo de discusión para la opinión pública y las políticas municipales.

Ilegal, generador de desorden y caos, peligroso y amenazante, viejo, sucio y feo, además de desubicado y atemporal, el carromato tracción animal se configura como la antítesis del proyecto urbano moderno que se busca realizar. Una propuesta sociotécnica “otra” -no válida e ilegítima- que irrumpe e invade la ciudad. Traspasa sus códigos normativos, corrompe sus parámetros estético-higiénicos y no se ajusta a las prescripciones de progreso. Cuestiona la legitimidad de los principios y concepciones que resultan estructurantes del orden social vigente y que se expresan de manera paradigmática en la *tecnología moderna* (Ritzer 1993, 1996; Cabera, 2006).

En ese marco, el Estado -en conformidad con los demás agentes modernos- despliega un conjunto de iniciativas de política pública con propósitos que oscilan entre la regulación de la actividad, la formalización del perfil laboral de sus protagonistas y la erradicación/remplazo de sus sistemas sociotécnicos característicos para adecuarlos a los parámetros y expectativas de urbanidad convenidos. La propuesta de trasvase tecnológico orientada a sustituir los carrmatos tracción animal por zoótrofos es el eje clave estructurante de la política pública destinada al sector.

La visión dominante que sustenta la descalificación e inhabilitación del sistema sociotécnico rurbano, exalta simultáneamente las bondades del nuevo móvil urbano. Ajustada a los parámetros urbanos vigentes, el zoótrofo se presenta como una solución paradigmática que permitiría remediar los inconvenientes imputados a la rurbanidad, a la vez que propiciaría el progreso material, social y espiritual de los actores rurbanos, permitiéndoles superar su “lastre tradicional” para pasar a adoptar los atributos y valores propios de una sociedad urbana moderna.

Síntesis paradigmática de los desajustes rurbanos, el carromato tracción animal es “el” problema; el trasvase tecnológico su solución. En ese marco, el zoótrofo se configura como “la” opción sociotécnica legítima

y deseable; una tecnología urbana moderna para la integración sociolaboral y ciudadana de los actores rurbanos. La relación *problema/solución* (Thomas y Buch, 2008) que sostiene la intervención se postula como una verdad de perogrullo. La legítima autoridad y la experticia técnico-experta de quienes la promulgan, operan su validación y deviene subjetivamente vinculante. Esto es, exige acciones confirmatorias y no deja casi margen a la duda y/o cuestionamiento. Los medios de comunicación -en su rol de instrumentos de legitimación funcionales al orden dominante-, confirman la validez de la propuesta, a la vez que promueven y celebran la eminente intervención estatal sobre la rurbanidad, en tanto que acción necesaria para el resguardo de la seguridad y el bien común de la ciudadanía y el reordenamiento positivo del microcentro ciudadano.

Ante la eminente aplicación de las ordenanzas y decretos que prohíben la circulación de carrmatos por el microcentro ciudadano, la amenaza latente de las multas y/o decomisos correspondientes, los actores rurbanos -preocupados por la resolución de la supervivencia grupal diaria- aceptan y adoptan el zoótrofo. Vivido en general como algo a la vez impuesto y necesario, las experiencias y relatos rurbanos no se condicen totalmente con las declaraciones oficiales que postulan una sustitución y aceptación inmediata, alegre y agradecida del nuevo móvil urbano. Desde la perspectiva rurbana, la propuesta de trasvase tecnológico se revela como un proceso conflictivo, atravesado por enfrentamientos y negociaciones, contradicciones y ambivalencias que cuestionan el optimismo postulado y declarado por los representantes del discurso social organizado.

En términos generales, los actores rurbanos reconocen parcialmente la validez y legitimidad de la propuesta sociotécnica promovida por el Estado. Problematizan su positividad absoluta, evidencian sus límites formales, confirman y desmienten las ilusiones y promesas en ella depositadas. Aceptan el zoótrofo, reconocen y desbordan sus prescripciones y fines adjuntos; lo rururbanizan. Frente al zoótrofo los actores “beneficiarios” asumen un protagonismo que toma distancia de la adopción acrítica y pasiva prescripta por la política pública y se instituyen como sujetos creadores portadores de saberes y habilidades para apropiarse y resignificar el “novedoso” sistema sociotécnico.

Las *apropiaciones sociotécnicas* (Kopytoff, 1986; De Certeau, 2000; Thomas y Buch, 2008) implican valoraciones y actuaciones ambivalentes; positivas y negativas al mismo tiempo. Lo positivo se aprovecha y/o potencia, lo negativo se reinventa. Los *aspectos positivos* responden a valoraciones urbanas, antes que a las experiencias rurbanas. Surgen de la validación que realiza la opinión pública que, en conformidad con los agentes modernos, reconoce el impacto visual-estético de la

tecnología moderna y celebra la postal urbana renovada. Habilita la circulación del carrero devenido zootropo y lo exime situacional y temporalmente de los estigmas comúnmente asignados. Así, invisibilizada su condición rurbana e ilusoriamente urbanizado el “excarrero” es “integrado social y laboralmente”, puede ingresar al microcentro ciudadano para continuar rebuscándose la vida. Las condiciones de precariedad y pobreza, las múltiples carencias y vulnerabilidades que atraviesan su existencia continúan irresueltas. El resplandor del zootropo se sobrepone a la experiencia rurbana y el proyecto moderno sigue su curso. La *ilusión* de progreso continua vigente (Galimberti y Cimadevilla, 2016). Por su parte, los *aspectos negativos* surgen de la inserción concreta del zootropo en la cotidianeidad rurbana. Se refieren a los sesgos e inadecuaciones inscriptos en el artefacto y que resultan incompatibles con el modo de vida rurbano y sus estrategias generales de supervivencia. Frente a los desajustes, los carreros despliegan una praxis reinventiva tendiente a facilitar su integración. Las reapropiaciones resultantes responden a la necesidad de resolver la supervivencia diaria, pero también al rechazo y la resistencia a un *dispositivo técnico e ideológico* moderno (Feenberg, 2012) y una organización del trabajo incompatibles con los procesos de socialización y transmisión de saberes y oficios, la sociabilidad ancha, sus concepciones temporales mixtas, el valor de la libertad y la familia, por nombrar sólo algunos de los elementos que suprimidos en la tecnología, son centrales en la cotidianeidad rurbana.

Frente a lo dado y/o impuesto, el esfuerzo de ajustarlo a las condiciones de vida preexistentes. En ese marco, el zootropo es readecuado en función de las estrategias generales de vida. Las prácticas de reapropiación rurbanas incluyen el despliegue de soluciones sociotécnicas *híbridas* (García Canclini, 2001) acordes a sus necesidades, gustos y estéticas; patrones de usos múltiples representativos de sus formas de sociabilidad; significaciones alternativas que reconocen beneficios y desventajas, que confirman y cuestionan las bondades e ilusiones de progreso inscriptas en la novedosa tecnología.

Pese a que la praxis reinventiva se revela como condición inherente a la realización del transvase tecnológico que se busca imponer; pese a que las prescripciones institucionales pueden ser acatadas sólo a condición de ser relativamente contradichas en la práctica; las reapropiaciones rurbanas son prohibidas y sancionadas, invalidadas institucionalmente. En el mismo acto en que las niega, la política pública reafirma su positividad y la legitimidad de su propuesta sociotécnica. En lo sucesivo, la rurbanidad ocluida emprende su vuelta y la secuencia se reanuda perpetuamente: la urbanización de la rurbanidad como tendencia dominante; la rururbanización de lo urbano como condición inherente a su realización, siempre parcial y ambivalente.

Bibliografía

- Cimadevilla, G. y E. Carniglia. (2009). *Relatos sobre la rurbanidad*. Río Cuarto: Editorial UNRC.
- Cimadevilla, G.; P. Demarchi y Galimberti, S. (2011) “La rurbanidad ausente Visibilidades e invisibilidades mediáticas”. Signo y Pensamiento N° 58 - Vol. XXX enero-junio. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- De Certeau, M. 2000 [1990]. *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana.
- Feenberg, A. (2012). *Transformar la tecnología*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.
- Galimberti, S. (2015). *Tecnología, ilusiones y reinventaciones. Tensiones y ambivalencias entre la política pública y los actores rurbanos*. “Tesis doctoral”. UNR. Inédito.
- Galimberti, S. y G. Cimadevilla (2016). “La máquina de ilusionar. Rurbanidad, intervención sociotécnica y condiciones de vulnerabilidad”. *Redes*, Vol. 22, N° 43, 93-123.
- García Canclini, N. (2001) [1990]. *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Lanús, Paidós.
- Kopytoff, I. (1986). “La biografía cultural de las cosas” en Appadurai, A. (Comp.) *La vida social de las cosas*. México: Grijalbo. 89-122.
- Ritzer, G. (1993). *Teoría sociológica contemporánea*, México: McGraw-Hill Editora.
- Ritzer, G. (1996). *La McDonalización de la sociedad. Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana*, Barcelona: Editorial Ariel, S.A.
- Thomas, H. y A. Buch (2008). *Actos, actores y artefactos. Sociología de la tecnología*. Argentina: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.

UNA EXPERIENCIA DE CÁTEDRA EN TIEMPOS ELECTORALES

Lloveras Kummel, Guadalupe Ailén

FaCSO UNSJ/ guadalloveras@gmail.com

Piacentini Naranjo, Bianca

FaCSO UNSJ/piacentini.bianca@gmail.com

Romero, María Luján

FaCSO UNSJ/ mariromero015@gmail.com

Palabras claves: establecimiento de agenda; medios de comunicación; elecciones; investigación; audiencia

Numerosas teorías y modelos de comunicación han demostrado que las percepciones de los individuos están influenciadas por las informaciones que leemos, oímos y vemos en los medios de comunicación. Siguiendo esta línea, es interesante analizar cómo se vuelcan esas informaciones sobre la realidad social, tan vasta, compleja como inabarcable y, en la que los medios de comunicación operan como ventanas o lentes a través de las cuales percibimos el mundo. En la década del 70', los investigadores norteamericanos Malcom Mc Combs y Donald Shaw plantearon que una de las cuestiones que las audiencias aprenden con la creciente exposición a los medios de información, se relaciona a qué importancia le otorgarán a ciertos temas, sobre la base del énfasis que estos medios le aporten a su tratamiento.

Estos estudios se sitúan en el campo de la *Mass Communication Research*, que se inició en los Estados Unidos durante las primeras décadas del siglo XX con el objetivo de analizar la relación entre medios y audiencias (Aruguete, 2015).

Esta investigación fue planteada por los autores para estudiarse en contextos de campañas electorales. Siguiendo a Lang y Lang, Mc Combs (1996) argumenta que más allá de las campañas políticas, la influencia de los medios informativos transcurre también entre los períodos electorales aportando perspectivas, conformando imágenes de los candidatos y de los partidos y definiendo las áreas de sensibilidad que marcan una campaña específica.

Hablar de Agenda Setting es tener en cuenta la presencia de una agenda de medios y la de una agenda pública. La primera es aquella definida como “la influencia que

ejercen entre sí las agencias de noticias de diferentes organizaciones informativas” (Roberts y Mc Combs 1994, p. 250) y la agenda pública refiere aquella que “es el grado o jerarquía de importancia que da el público a determinados aspectos noticiosos durante un periodo de tiempo” (Dearing y Rogers, 1996, p. 41 - 42)

En consonancia con todas estas concepciones, este trabajo se ejecuta en el transcurso del año 2019, pensado en el análisis de noticias afines a los comicios realizados en la provincia de San Juan y en el país. Desde la cátedra “Teorías de la Comunicación I” del segundo año de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de San Juan, se propuso como trabajo evaluativo a los estudiantes el análisis de notas periodísticas publicadas en un lapso de 6 semanas: teniendo en cuenta la semana previa y posterior a las elecciones generales provinciales, las PASO nacionales y generales nacionales.

Cabe aclarar que, debido a que las elecciones nacionales generales están fijadas para el 27 de octubre, es decir con fecha posterior a la realización de este Congreso, este trabajo se ceñirá a analizar las informaciones alrededor de las elecciones generales provinciales (2 de junio) y las PASO nacionales (11 de agosto).

Los y las estudiantes deben recabar información solamente de las portadas, de los diarios “Clarín”, “Página 12”, y los medios sanjuaninos “Diario De Cuyo” y “El Zonda” con el fin de identificar qué informaciones, sobre qué temas figuran en tapa, con qué jerarquización y tratamiento.

Se les requiere que, sobre esas portadas, realicen un análisis y un registro de: ubicación de la nota en la página, superficie de textos e imágenes, tamaño y tipografía de titulares, presencia de imágenes y su descripción, uso de colores y demás recursos gráficos, entre otros elementos constitutivos de la noticia. En este análisis se tendrá en cuenta elementos que configuraron las cuatro fases del desarrollo de la teoría de establecimiento de agenda, siempre en total relación con los medios seleccionados y el contexto establecido. Además, deben realizar encuestas a 10 (diez) personas cada uno, para acceder a la agenda pública. Una vez sistematizados estos datos, se procederá a comparar la agenda mediática con la agenda pública a la luz de las categorías que propone la teoría elegida para el análisis. A través de la observación y el análisis cualitativo y cuantitativo de datos, este trabajo intenta analizar y evidenciar la agenda mediática vertida por medios de comunicación de mayor circulación en la provincia de San Juan y en el país. Como integrantes del equipo de cátedra proponemos también identificar, a modo de autoevaluación si la metodología ejecutada por las y los estudiantes es la más propicia para abordar trabajos de investigación y aplicaciones de marcos teóricos que sean aptos para el estudio de establecimiento

de agenda, como de otros ejes temáticos. Las consignas establecidas fueron:

1. En grupos de no más de 5 personas observar durante una semana (desde el lunes 27/05/19 hasta el domingo 02/06/19 y desde el lunes 03/06/19 hasta el domingo 09/06/19) las portadas de la versión impresa de los siguientes diarios: “Clarín”, “Página 12”, “Diario de Cuyo” y “El Zonda”. (Si se extraen de la web, corroborar que no exista alteración de titulares en relación a la edición papel).

2. Hacer un registro de:

- a. Ubicación de cada noticia en la página (mitad o cuadrante).
- b. Superficie de textos e imágenes (medidas en centímetros cuadrados).
- c. Tamaño y tipografía de los titulares.
- d. Presencia o ausencia de imágenes (fotografías, caricaturas, dibujos,

infografías, blanco y negro, color, etc.). Breve descripción de ellas.

- e. Uso del color en la impresión de la página y con qué propósito.
- f. Uso de recuadro y con qué fin.

3. Establecer por día la selección temática de cada medio, jerarquizando las noticias en un orden de relevancia decreciente de 1 a 5. (Tener en cuenta los criterios de lectura en el material adjunto No 1).

4. Elaborar un cuadro comparativo, por día, con las agendas de cada diario y establecer similitudes y diferencias entre los distintos periódicos analizados. (Se recomienda utilizar el resaltador del procesador de texto).

5. Inferir posibles razones de las similitudes y diferencias encontradas entre los diarios analizados.

Sobre la base de los datos obtenidos anteriormente, elaborar un texto concluyente del trabajo. Para realizar este punto, se recomienda responder las siguientes preguntas, que tienen como fin orientar en la elaboración de las conclusiones:

1. ¿Qué criterios parecen importar en la selección y jerarquización de las noticias por

parte de los medios analizados? ¿Por qué?

2. Proponer una hipótesis acerca de qué efecto provocarían en el público las selecciones y jerarquizaciones efectuadas por los medios.

1. Con respecto a los temas seleccionados y jerarquizados.
2. Con respecto a los personajes públicos.
3. Para realizar esta ponencia, tomamos 8 trabajos de un total de 12 trabajos realizados por los alumnos, a los fines prácticos del análisis de la teoría de Agenda Setting aplicada. Los grupos en su totalidad realizaron todas las consignas, pero los criterios utilizados fueron totalmente diferentes por lo que no se pudo establecer comparaciones precisas y basadas en ejes homogéneos. Cada unidad de análisis establecida en el punto dos del parcial, fue determinante para cada grupo a la hora de jerarquizar las notas y elaborar el cuadro comparativo. A raíz de la producción de cada grupo, seleccionamos algunas fechas particulares en relación a hechos noticiosos destacados, y en las que visualizamos la relevancia que cada medio otorgó de manera distinta, como también priorizamos algunos trabajos grupales de acuerdo a su precisión respecto de la consigna.

Martes 28/05: En esta jornada, los estudiantes resaltaron como noticias principales y coincidentes en los dos medios sanjuaninos, aquellas referidas al sorteo del Instituto Provincial de la Vivienda. Los medios nacionales no tuvieron noticias principales coincidentes: Clarín prioriza una nota referida a las declaraciones de Lázaro Báez, y Página 12 le dio mayor énfasis a la nota “La decisión de la convención radical de continuar la alianza con Cambiemos”. Sin embargo, hay una similitud temática que llama la atención por su tratamiento. Tanto Página 12 como el diario El Zonda tratan el tema de las movilizaciones por la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo, pero desde perspectivas distintas: el diario nacional cubrió el pañuelazo en las puertas del Congreso Nacional, mientras que El Zonda cubrió la marcha local con la consigna de “Salvemos las Dos Vidas”.

Jueves 30/05: En este caso los titulares elegidos por los estudiantes con respecto a los medios nacionales seleccionados fueron distintos entre sí: Por un lado Clarín tituló “Detienen a un pediatra jefe del Garrahan acusado de pornografía infantil” y por el otro Página 12 “El país parado”. En los medios provinciales tampoco hubo coincidencia en los titulares más importantes. Diario de Cuyo tituló “Salvo transporte, el paro fue débil en el sector privado local”, El Zonda “Para la CGT local el paro tuvo alto acatamiento”. Lo destacable en este análisis es que hubo una coincidencia en los titulares (aspectos débiles en su acatamiento) de Diario Clarín con Diario de Cuyo y fue visualizado por el alumnado. Tomamos este día debido a la importancia de un hecho noticioso como el Paro de la CGT. En este caso, podemos ver que tanto Página 12, como Diario De Cuyo y El Zonda toman este evento como prioritario en su agenda (de hecho los medios locales realizan una bajada local del Paro Nacional). Sin embargo, Clarín posiciona este evento en un 4to lugar, según el análisis de los estudiantes.

Domingo 2/06: El día domingo los titulares seleccionados como los más relevantes de los medios nacionales por los grupos fueron: Diario Clarín “Macri y el peronismo se juegan todo en un año de definiciones electorales”, esta noticia fue destacada al igual que las dos noticias que titularon los medios provinciales, Diario de Cuyo tituló “Sergio Uñac se juega su gestión y la oposición busca un nuevo liderazgo” y Diario el Zonda “Uñac va hoy por la reelección”. Por otro lado Página 12 tituló su diario con una nota no menor, pero sin referencia a los demás diarios. Su título fue “No toquen a la nena” y estaba referida al gobierno nacional y la funcionaria Patricia Bullrich.

Lunes 3 /06 : Esta jornada fue justamente la posterior al día de las elecciones generales en la provincia de San Juan. Los diarios locales y Página 12 (“La voz del interior” donde figura el sanjuanino Sergio Uñac y el gobernador electo de Misiones en la fotografía principal) fueron

remarcados como aquellos que priorizaron este hecho noticioso como principal. Clarín lo menciona pero la mayoría de los grupos le otorgó un tercer lugar en las jerarquizaciones, y otros en cuarto lugar. Otra noticia, que si bien no fue destacada como la primera, es aquella referida a Tigre campeón de la Superliga: excepto Diario de Cuyo que no destaca en ningún titular de su tapa a esta noticia, en el resto de los medios lxs estudiantes lo han colocado en El Zonda y Clarín en segundo lugar y en Página 12 en tercero.

Martes 4/06: En esta fecha uno de los sucesos que más se destacó fue la movilización de “Ni Una Menos” realizada varios punto del país. Los grupos marcaron a Diario Clarín y Diario de Cuyo como aquellos medios que jerarquizaron esta manifestación (una de Buenos Aires en Clarín, y otra postal sanjuanina en el diario cuyano). Página 12 posiciona este tema en segundo lugar (prioriza una noticia sobre Wall Street) y diario El Zonda directamente no hizo alusión alguna, y se refirió al viaje del gobernador Uñac a la provincia de Buenos Aires.

Miércoles 5/06: Los alumnos para este día encontraron similitudes en los diarios provinciales. Ambos le dedicaron a la noticia principal de la tapa del diario una nota referida a la ley de Glaciares. Diario de Cuyo tituló “El Gobierno dice que el fallo por glaciares no frena la minería” y Diario El Zonda “El fallo de la corte suprema no afecta la minería en San Juan”. De otra forma en los diarios nacionales, las notas fueron más referidas al ámbito nacional pero con contenidos distintos. Página 12 tituló en su tapa “Enredados” utilizando el humor para satirizar a Mauricio Macri y a Eugenia Vidal, y Clarín “Frenético cruce de llamadas entre Cristina y Berni, tras la muerte de Nisman”.

Conclusiones: Podemos destacar que a pesar de haber realizado metodologías de análisis distintas entre los diferentes grupos, todos han podido realizar un proceso de observación detenido de cada día específico y trabajando cada portada en profundidad. Han destacado similares cuestiones referidas a detalles gráficos textuales y paratextuales, al ordenamiento jerárquico de noticias en la tapa de cada diario basada en el tamaño de los titulares, cuerpo de texto, colores y negrita; al uso de imágenes para denotar la importancia de una noticia determinada, entre otras cuestiones. Nos resultó efectivo el ejercicio de comparación brindado, porque observamos cuales son aquellos elementos de forma y contenido que el estudiante identifica inicialmente, y cuales han sido sus análisis y aportes en cuanto a coincidencias y semejanzas, como también, líneas editoriales y posturas de cada medio. En cuanto al contexto pensado (elecciones en la provincia de San Juan), este tipo de análisis resultó pertinente para indagar sobre qué temas se realiza un tratamiento especial (como también aquellos que se ausentan), colocándolos en una agenda pública que determina

y marca que asuntos mirara y leerá la audiencia, y que tendrá en cuenta a la hora de decidir su voto, o bien, emitir una opinión política. Otro punto a destacar, es la importancia del ejercicio de observación impulsado por el equipo de cátedra hacia la clase, ya que a través de esta forma podemos unir las teorías y estudios dictados, con la realidad que nos atraviesa. Son estas prácticas las que nos hacen mejorar nuestra mirada crítica sobre los diversos marcos teóricos y cómo son utilizados por quienes publican noticias a diario.

Bibliografía

- Aruguete, N. (2015). *El poder de la agenda: Política, medios y público*. Buenos Aires. Biblos.
 McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento* (Óscar Fontrodona, Trad.). Barcelona: Paidós. (Trabajo original publicado en 2004)
 Roberts, M., McCombs, M. (1994) Agenda Setting and Political Advertising: Origins of the News Agenda”, *Political Communication No 11* 1994, PP 249-262
 Dearing J., Rogers, E. (1996), *Communication Concepts 6: Agenda-setting*, Thousand Oaks, CA: Sage.

PRÁCTICAS SOCIALES DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS EN ENTORNOS DIGITALES

Masera, Marta

FCC - UNC / martamasera@hotmail.com

Vargas, Laura

FCC- UNC / ldvargasc@gmail.com

Ulla, Cecilia

FCC - UNC / cecilia_ulla@hotmail.com

Palabras claves: sociabilidad; jóvenes; comunicación; redes sociales; interacción

Nos proponemos en esta ponencia dar cuenta de cómo

los entornos digitales y el incremento en el uso de las tecnologías de la comunicación impactan cada vez más en la vida social, académica, cultural y política de los jóvenes universitarios y en la institución universitaria a la que pertenecen. Es en este ámbito donde el cambio socio tecnológico ha movilizadado las estructuras en la universidad “tradicional”, articulando concepciones y procedimientos relacionados con las tecnologías electrónicas. Son muchas las transformaciones producidas cada año, nuevas prácticas y rituales de socialización entre los jóvenes estudiantes que se van naturalizando. En este marco, los modos de relacionarse producen cambiantes prácticas y sentidos que se sostienen en el uso de la comunicación digital, redes sociales, o de otras formas comunicativas mediadas por tecnologías como el WhatsApp. Este campo ha sido objeto de varios proyectos y estudios realizados por el equipo de investigación⁴⁷ del cual formamos parte y sigue constituyendo nuestro objeto de trabajo en la actualidad ya que su indagación se complejiza por el dinamismo de los avances tecnológicos, sus diversas modalidades de adopción, diferentes usos y prácticas.

Dónde y con quienes trabajamos

La investigación se lleva a cabo con jóvenes universitarios, más específicamente alumnos de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social de la UNC porque es en la universidad, independientemente del origen socio cultural de los jóvenes donde se observa el empleo de los Smartphones y sus aplicaciones, tanto para el ámbito académico como para su vida social. Se establecen comportamientos comunes en este tipo de comunicación on-line, los cuales influyen en la construcción por parte de los jóvenes de la realidad social y nuevos modos de vincularse a través de los dispositivos móviles. Las características de este tipo de interacción virtual son numerosas y variadas. ¿Cómo trabajamos?

⁴⁷ Algunos de los proyectos del equipo, compuesto por docentes, egresados, estudiantes y no docentes, son: “Nuevas socialidades y configuraciones de mundo en las redes sociales digitales. Un estudio situado con jóvenes estudiantes”. Desarrollado en la Escuela de Ciencias de la Información, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba. Años 2012 -2013 subsidiado por SECYT- UNC. Res. 162/12. “Redes sociales virtuales y Juventudes: nuevas maneras de vivir juntos, de ser y relacionarse en la universidad”. Desarrollado en la Escuela de Ciencias de la Información, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba. Años 2015 -2015 subsidiado por SECYT- UNC. Res. Rectoral 1565/14. Código 05/ Q006. Estos intergrándose con otros proyectos dentro del Programa de investigación: “Estudios sobre sociedades y entornos virtuales” Desarrollado en la Escuela de Ciencias de la Información, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba. Años 2012 -2013 subsidiado por SECYT- UNC. Res. 162/12. Y Año 2014/2015. Res. Rectoral 1565/14. Código 05/DP01.

Aportes metodológicos y Análisis del corpus.

El foco del análisis se puso en las prácticas de tiempo libre, esparcimiento y deportes, convirtiéndolo en objeto de estudio y en un campo propicio para la producción de información empírica desde la mirada microsocial o etnográfica. Así tratamos de comprender algunas transformaciones profundas que se están dando en estos tiempos a partir de la construcción y reconstrucción de relaciones que tienen como soporte a la aplicación WhatsApp.

Las categorías que abordamos para el análisis de la sociabilidad son:

- Estructura democrática.
- Mundo artificial (formado por seres que buscan crear exclusivamente esta pura interacción entre ellos y que no se desequilibre por ningún elemento material).
- carencia de jerarquía y rango.
- menor grado de construcción de la apariencia del individuo.

Como técnica de obtención de la información se emplea la entrevista semi-estructurada, basada en una guía de asuntos relacionados con el tema donde el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información, a la vez que el entrevistado se puede expresar en aspectos relevantes sobre dichos temas.

Algunas de las conclusiones a las que se arribaron fueron: Internet nos cambió la vida. Las condiciones en las que el hombre habita el mundo están sufriendo transformaciones y los procesos comunicativos son mediados por tecnologías digitales. Se trata realmente de un tiempo y de un espacio diferente en el que se observa una nueva forma de intercambio simbólico y construcción de relaciones interpersonales dentro de un grupo específico, especialmente en la juventud. De acuerdo con lo que dice Inés Dussel (2016): “No supone que estamos cada vez más conectados en red y a la red sino que ésta se vuelve un modo de estructurar una forma inédita de estar con otros, y produce una “socialidad conectada”. Esta nueva dimensión de la socialidad online es un orden revolucionario y diferente cuyas consecuencias aún no se vislumbran. El WhatsApp es una herramienta de los últimos años que en muy poco tiempo generó una incidencia intensa en el pensamiento y en las prácticas de socialidad. Se establecen nuevas formas de relacionarse con el otro, se crean vínculos, se interactúa con otros, conocidos o no, produciéndose una nueva forma de sociabilidad. Las relaciones sociales ya no se basan sólo en el contacto directo con el otro y la amistad aparece como la causa principal para crear y mantener el vínculo pero también incluye otros aspectos de la vida cotidiana como laborales, políticos, académicos y deportivos.

Bibliografía

- Achilli; E. (2005). Investigar en Antropología Social. Rosario, Argentina. Ed. Labor.
- Elías, N.(1979). El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas. México. Fondo de Cultura Económica.
- García Martínez, A., (2011). ¿Distinción social o sociabilidad pura?. El impulso civilizador en los salones aristocráticos y burgueses, según Elías y Simmel. Papers 2011, 96/2 (389-408) España. Universidad de Navarra.
- Martín Barbero, J. (2002). La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana. Departamento de estudios socio culturales. ITESO, Guadalajara.
- Quintar, A. (et al.) compilado por A. Quintar; T. D. Calello; G. Aprea (2007). Los usos de las TICs: una mirada multidimensional. Buenos Aires. Prometeo Libros.
- Raad, A. M. (2004). Comunidad emocional, Comunidad virtual: estudio sobre las relaciones mediadas por internet. Revista Mad N°. 10. Mayo. Departamento de Antropología. Universidad de Chile. <http://www.revistamad.uchile.clpaper06/pdf>
- Rockwell; E. (2009). La experiencia etnográfica. Buenos Aires. Paidós.
- Simmel, G. (2002). Sobre la individualidad y las formas sociales. Bernal.UNQ.
- Simmel, G. (2003). Cuestiones fundamentales de sociología. Barcelona. Gedisa.

socioculturales. A partir de la utilización de los nuevos dispositivos tecnológicos con acceso a internet podemos conectarnos a la red en cualquier tiempo y lugar, por lo cual, la interconexión es casi ininterrumpida. En este sentido, considero que los smartphones son los que mayor penetración social adquieren dadas sus características particulares, claro.

En palabras de Roberto Igarza (2009), se podría decir que “*han aparecido burbujas de tiempo en las que los nuevos medios y dispositivos móviles tienden a jugar un rol protagónico*” (Igarza, 2009, pp. 12), no obstante, los nuevos medios digitales y los dispositivos con acceso a internet que se encuentran en primera plana no se constituyen como la única transformación que conlleva el contexto tecnológico sino que también ha mutado la forma de leer los contenidos culturales. Dada la hiperconexión de los usuarios, es decir la potencial conexión a un dispositivo o una red, la lectura ha pasado a ser ubicua, transmediática y, sobretudo, experiencial. El usuario busca personalizar su experiencia a partir del contexto de lectura, del tipo de experiencia que pretende y del tiempo que tiene para disfrutar el contenido.

Es en este contexto protagonizado por las tecnologías móviles e hiperconectadas que resulta sustancial el hecho de que las productoras de contenidos se replanteen sus productos y, con ello, su forma tradicional de comunicar. Ya no se tiene en frente a un consumidor pasivo sino que hay que considerar el carácter activo de los usuarios y su capacidad de participar en el proceso comunicativo, no solamente a partir de la selección de contenidos a consumir en cada momento sino que también interviniendo en ellos. En algunos casos llegan a convertirse en coautores (Rodríguez & Molpeceres, 2013). Ahora los usuarios son “prosumidores” (Toffler, 1980), término que utiliza Alvin Toffler para hacer alusión a la fusión entre las palabras productor y consumidor.

Ahora bien, necesariamente los productores de contenidos deben adoptar estrategias que se adapten al entorno cultural convergente. Estrategias que se fundamentan con las innovaciones tecnológicas vinculadas a la comunicación digital. Se han ido incorporando (de manera progresiva) técnicas que tienen que ver con la comunicación transmedia. Entendiendo este concepto a partir de la mirada de Henry Jenkins (2008), *transmedia storytelling* hace referencia al hecho de narrar una historia mediante diferentes medios y plataformas (adaptando los contenidos al lenguaje particular de cada uno).

Por lo tanto, para acceder a la totalidad de la narración se tienen que recorrer esas múltiples plataformas, soportes y canales. En este sentido, resulta pertinente destacar que la relación entre los medios tradicionales y los digitales (e incluso Internet) se hace cada vez más estrecha y de aquella vinculación es que emergen géneros híbridos. Entre ellos podríamos mencionar casos relacionados al

ESTRATEGIAS NARRATIVAS EN PRODUCCIONES NO FICCIONALES ARGENTINAS

Mentasti, Silvina

FACSO - UNICEN / silmentasti@gmail.com

Palabras claves: documentales; narrativas transmedia; participación activa; consumo; usuarios

El ecosistema de medios actual se encuentra dominado por las Tecnologías Digitales de la Comunicación Global (TDCG) (Magallanes, 2014), ello trajo consigo un impacto inmenso que influyó directamente en el cambio de conducta de los usuarios no solamente en la sociedad sino que también en relación al consumo de los productos

periodismo, la publicidad e incluso el género documental, el objeto de estudio de este artículo.

Los avances no solamente en cuanto a la producción sino que también en relación a la investigación en este campo no han sido abundantes y es por ello que se toma como objeto de análisis. El documental transmedia va más allá de la incorporación de temáticas (o problemáticas) en un entorno interactivo, este tipo de producción busca constantemente la complicidad con los prosumidores (Scolari, 2012).

Sin embargo, podríamos decir que el documental transmedia lleva más allá el concepto prosumidores ya que *“atravesamos diversos productos en diferentes pantallas, medios tradicionales y acciones territoriales que traccionan audiencias y usuarios entre sí desde una perspectiva lúdica, de búsqueda y descubrimiento de historias urbanas empoderando a la ciudad como plataforma narrativa transversal”* (Irigaray, 2014).

Es fundamental entender a la ciudad como una plataforma narrativa transversal (Irigaray, 2014) ya que ello implica comprenderla como un hipertexto orgánico, en donde conviven dispositivos, géneros, lenguajes y soportes en un gran ecosistema de relatos convergentes que demanda usuarios con habilidades multitarea que interactúen en ella.

Si bien existen diferentes formas de navegar los documentales de acuerdo a los alcances y limitaciones de cada uno (Renó, 2013) no voy a detenerme en ningún tipo en particular ya que considero fundamental tener en cuenta la autonomía de los usuarios frente a este tipo de productos y, a su vez, la independencia de cada uno de los plots que conforman el universo narrativo general. Pese a ello, no hay que perder de vista que es casi una obligación de los operadores de contenidos generar *engagement* con los usuarios para no perderlos e incluso no quedar obsoletos en cuanto a la producción del contenido. Hay que generar instancias donde necesariamente los usuarios participen, debido a que *“no hay transmedia sin estrategia participativa”* (Irigaray, Irisarri, Lovato, Moreno, 2014).

En el caso de Latinoamérica, la producción transmedia en cuanto a documentales ha sido muy rica. Nuestro país se encuentra en primero en la cantidad de producciones (14) y lo siguen Colombia (4), Chile (3) y Brasil (3). No obstante, en los casos de Colombia y Chile es posible identificar otro tipo de producciones transmedia, que no están vinculadas al género documental.

En este artículo se propone trabajar con los documentales nacionales a partir de la realización de, en principio, una diferenciación de producciones por categorías. A partir del acercamiento al campo y el relevamiento de los datos obtenidos pude agrupar los documentales en dos grandes grupos, uno que hace referencia a los históricos y otro

que hace alusión a los que tratan problemáticas actuales. De esta manera ubicaría en el primer grupo a un total de cinco (5) producciones mientras que las otras nueve (9) quedarían ancladas en la categoría de “problemáticas actuales”.

Asimismo, a partir del trabajo de Beca EVC – CIN y tomando como referencia el trabajo que realiza el Dr. Arnau Gifreu en su página inter-doc.org, quien (en conjunto con su equipo de investigación) analiza cada uno de los documentales que localiza a partir de ciertos índices establecidos previamente⁴⁸, decidí proponer una suerte de categorías a tener en cuenta a la hora de analizar un documental de estas características, las cuales serán mencionadas a continuación:

Diseño: Construcción del mundo narrativo (wordbuilding) que aproveche al máximo las características específicas de cada medio y pretenda el compromiso del usuario con cada una de las partes. Tiene que ver más que nada con cómo está pensado el documental.

Narrativa: Modelo narrativo adoptado por los realizadores según el cual la interacción revele progresivamente la trama de la historia. Debe conformarse como una narrativa (rica) expandida por diversos medios y con la utilización de diferentes lenguajes.

Interactividad: Es el nivel en el que el contenido del Webdoc se puede reordenar, reorganizar y abrir a una interpretación subjetiva. Capacidad de reclutamiento del consumidor como co-productor (o co-editor) y, con ello, otorgamiento de la posibilidad de reconstruir el orden y la yuxtaposición de los elementos multimedia.

Experiencia del Usuario: Nivel de participación de los usuarios en el universo narrativo. Son las estrategias que genera una producción a fin de que el usuario se sienta atraído con la misma. Asimismo comprende el compromiso que se genera a partir de esas estrategias.

Creatividad: La producción debe estar adaptada a los medios utilizados para construir la narrativa y debe hacerla lo suficientemente atractiva para no solamente ganar mayor cantidad de consumidores sino también fomentar la participación de los mismos en las producciones.

Interconexión entre las partes: Coherencia y vinculación de la narrativa en todos los medios y plataformas.

Subjetividad: Miradas múltiples. Narración a partir de la alternancia de puntos de vista de personajes. Se puede asimilar a la polifonía.

Territorialidad: Inclusión de la navegación territorial, o

⁴⁸ Si bien el trabajo que llevan a cabo toma documentales internacionales y no estrictamente argentinos, considero necesario referenciarlo.

del tránsito por el espacio real/analógico en la narrativa.

En el marco de la Beca se pretende llevar a cabo un catálogo con cada una de las producciones donde se asignará un porcentaje final de evaluación transmedia resultante de puntajes establecidos y justificados a cada uno de los índices.

Dado que es un trabajo que aún se encuentra en construcción, no cuento con resultados finales concretos, no obstante, los avances obtenidos hasta el momento me han permitido generar interrogantes que me ayudan a comprender de una manera más óptima esta innovadora forma de narrar. En concordancia con lo manifestado por el Mag. Sergio Magallanes en su presentación a este Congreso, considero (y después de haber leído y explorado el campo) que es un hecho que hoy hay que pensar las producciones en estos términos ya que no solamente permiten a los realizadores ganar usuarios sino también adquirir una imagen más moderna y adaptable a la convergencia mediática actual.

Bibliografía

- Igarza, R. (2009). *Burbujas de Ocio: Nuevas formas de Consumo Cultural*. Buenos Aires. La Crujía.
- Irigaray, F. (2014) *La ciudad como plataforma narrativa. El documental transmedia. Tras los pasos de El Hombre Bestia* en Irigaray, F. y Lovato, A. (eds): *Hacia una comunicación transmedia*. Rosario, UNR Editora.
- Irigaray, F.; Irisarri, P., Lovato, A. y Moreno, G. (2014a): *Navegación territorial: la ciudad como entramado narrativo* en Actas del XVI Congreso de RedCom. San Justo, Universidad Nacional de La Matanza, [CD-Rom].
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós.
- Magallanes, S. (2014). *La nueva dimensión de la escuela. 3º Congreso virtual sobre tecnología, educación y sociedad (CTES)*. Centro de Estudios e investigaciones para el Desarrollo Docente (CENID). México. ISSN: 2007-7475.
- Renó, D. (2013). *Diversidade de modelos narrativos para documentários transmídia* en Doc On-line N°14, p 93 - 112. Universidade da Beira Interior. Covilhá, [en línea] url: http://www.doc.ubi.pt/14/dossier_denis_reno.pdf.
- Rodríguez, M. y Molpeceres, S. (2013). *Los nuevos documentales multimedia interactivos: construcción discursiva de la realidad orientada al receptor activo*. *Historia y Comunicación Social*, 18. doi: 10.5209/rev_HICS.2013.v18.44325
- Scolari, C. (2012). *Más allá de la ficción: El documental transmedia* en *Hipermediaciones*. Vic, [en línea] url: <http://hipermediaciones.com/2012/05/09/mas-alla-de-la-ficcion-el-documental-transmedia/>.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona, Deusto.
- Toffler, A. (1980). *The Third wave*, Canadá: Bantan books.

DE LOS MEDIOS A LOS MEDIOS, DE LAS MEDIACIONES A LAS APROPIACIONES

Morales, Susana

FCC - UNC

Palabras claves: mediaciones; comunicación; apropiación; medios; tecnologías digitales

Las articulaciones entre el mundo material/base material (la naturaleza, la economía, por ejemplo) y el mundo simbólico/superestructura (la cultura, por caso) han concentrado los esfuerzos del pensamiento de intelectuales de las más diversas tradiciones teóricas. Y el modo de vinculación (o mediaciones) entre el orden social (la realidad tal como se nos presenta), y los sujetos sociales (con las representaciones de ese orden social), tanto como las determinaciones recíprocas de esas dos partes, constituyen unos de los aspectos que han generado los debates más enriquecedores en las disciplinas sociales y humanas a lo largo de su historia.

En el libro *Marxismo y Literatura*, Williams se propone realizar una teoría cultural que tome como punto de partida una relectura de la obra de Marx. Williams entiende que la proposición de que la base (material, económica) es determinante de una superestructura (la conciencia -el arte, la cultura, la política, las leyes, la religión, etc-), no aparece con tanta contundencia como los analistas de Marx pretenden interpretar.

El autor ha denominado a su perspectiva como materialismo cultural, a la que define como “una teoría de las especificidades del material propio de la producción cultural y literaria dentro de materialismo histórico” (Williams, 2000:). Es pertinente en este punto adelantar lo que supone la cultura para Williams (y en general para la perspectiva de los estudios culturales ingleses). En relación con esta cuestión, parte de un examen crítico y cronológico del uso del término cultura en una serie de autores de distintas tradiciones. Desde allí, articula una definición antropológica (cultura como proceso de producción de diferentes formas de vida: “modo de vida”) y una definición artística (cultura como teoría de las artes y la vida intelectual). El análisis marxista de la cultura, y su propia concepción al respecto, será el hilo conductor de toda su obra: la cultura es un sistema signifiante a través del cual un orden social es comunicado, reproducido, experimentado y conocido. Por lo tanto, es un proceso social y material, y al mismo tiempo total y conexo.

En Marx, el término cultura está asociado genéricamente al de “superestructura”. Para Williams, en la obra de Marx hay tres sentidos del término «superestructura»:

- a) Las formas legales y políticas que expresan verdaderas relaciones de producción existentes;
- b) las formas de conciencia que expresan una particular concepción clasista del mundo;
- c) un proceso en el cual, respecto de toda una serie de actividades, los hombres toman conciencia de un conflicto económico fundamental y lo combaten.

Estos tres sentidos encontrarían una expresión, respectivamente, en a) las instituciones; b) las formas de conciencia; la ideología c) las prácticas políticas y culturales.

Ahora bien, lo que cuestiona fuertemente Williams es que se haya interpretado que lo que Marx sostenía es que la base económica determina sin más las formas de la conciencia (por lo tanto que la base material determina la ideología, el arte, la cultura, la política, la religión, etc.), y que se tratara por otro lado de áreas separadas entre sí. Y nos invita a reflexionar en otros aspectos de la obra de Marx que merecen atención: qué significa realmente la idea de “determinación” (es decir, cómo es esto de que la base material *determina* a la superestructura), y si la conciencia puede ser considerada como “reflejo” de la base. Para Williams, en las interpretaciones sobre la obra de Marx “lo que fundamentalmente falta es un adecuado reconocimiento de las conexiones indisolubles que existen entre producción material, actividad e instituciones políticas y culturales y la conciencia”.

Esto no significa idealizar la noción de conciencia, en el sentido de autonomizarla de las condiciones materiales. Por el contrario “la ‘conciencia y sus productos’ siempre forman parte, aunque de formas muy variables, del propio proceso social material, sea como elementos necesarios de la ‘imaginación’ en el proceso de trabajo, según los denominara Marx, o como condiciones necesarias del trabajo asociado, en el lenguaje o en las ideas prácticas de relación: o, como es frecuentemente olvidado, en los verdaderos procesos -todos ellos físicos y materiales, y la mayoría manifiestamente- que son disfrazados e idealizados como ‘la conciencia y sus productos’ pero que, cuando se observan sin ilusiones, resultan ser ellos mismos actividades necesariamente materiales y sociales.” (Williams, 2000:79)

Así, una interpretación limitada de la relación entre base y superestructura (en tanto una determina a la otra), trae como consecuencia la adopción de una teoría del arte y el pensamiento como “reflejo”. Es decir, el arte y otras formas de culturales, reflejan el verdadero mundo, son un espejo de la naturaleza de las cosas. Dadas las limitaciones de esta metáfora, Williams recupera la

idea de ‘mediación’ que, aunque también presenta sus problemas, es superadora de la concepción del arte y las ideas como reflejo de la base material.

El interés de Williams por los medios de comunicación se expresa en varios de sus textos, por ejemplo “*The long revolution*” (1965). Allí elabora un enfoque de las transformaciones culturales basado en las instituciones; y describe el despliegue histórico de los cambios que se producen desde la Revolución Industrial en las esferas económica, política y cultural. Por ejemplo, la ampliación del acceso al sistema educativo, el incremento del público lector, la prensa popular y el empleo del inglés corriente. Estos procesos, relacionados entre sí, constituyen el armazón de una cultura en común.

Por otro lado, Williams entiende que los medios masivos de comunicación realizan una mediación a menudo orientada a distorsionar la realidad. De hecho, constituyen instituciones clave en las sociedades capitalistas a las que hay que prestar tanta atención como a las instituciones de la producción y la distribución industrial.

El autor sostiene que los estudios empíricos acerca del funcionamiento de los medios masivos de comunicación, aún aquellos realizados desde una perspectiva crítica, no han sido abordados por fuera de la concepción de la clásica dicotomía “base/superestructura”. Cuestión que para él es errada, porque produce una neutralización de la verdadera incidencia de los medios, que es la que hay que explicar:

“lo que ha logrado la sociología cultural burguesa y radical empirista es la neutralización de tales instituciones- los medios de comunicación-: el concepto de ‘masa’ reemplaza y neutraliza las estructuras de clase específicas; el concepto de ‘manipulación’ (una estrategia operativa en la política y la publicidad capitalista), reemplaza y neutraliza las complejas interacciones del control, la selección, la incorporación y las fases de la conciencia social correspondientes a las verdaderas relaciones y situaciones sociales” (Williams, 2000: 162).

Particularmente, los estudios centrados en los ‘efectos’ de los medios son los que más han profundizado estas operaciones de neutralización, y han impedido comprender el funcionamiento de los medios de comunicación en todo su proceso, en el marco de las relaciones económicas del sistema capitalista en los que se inscriben las prácticas culturales de uso de medios. En el próximo acápite veremos, precisamente, hacia dónde fueron evolucionando este tipo de investigaciones acerca de los efectos.

En América Latina, a mediados de la década de los 80, decanta con mucha fuerza una perspectiva particular en el modo de estudiar los medios de comunicación. Se trata de una visión que está muy en línea con lo planteado por los culturalistas ingleses (aunque con

matices propios), particularmente en lo que respecta al esfuerzo por comprender todo el proceso integrado de la comunicación, no sólo los efectos.

Un autor fundamental fue Jesús Martín Barbero (JMB). Un libro clave *De los medios a las mediaciones*, de su autoría. Como el propio título del libro lo sugiere y el mismo autor lo afirma, la comunicación se tornó en una cuestión de medicaciones, más que de medios. De culturas y reconocimientos, más que de conocimientos. Por lo cual, su propuesta consistió en investigar lo masivo y los medios “desde las mediaciones y los sujetos, esto es, desde la articulación entre prácticas de comunicación y movimientos sociales” (1987:11).

En el desarrollo de su argumentación, recoge los aportes de numerosos autores, tanto europeos como latinoamericanos, tales como Gramsci, Habermas, De Certeau, Williams, Laclau, Martín Serrano, García Canclini, Rivera, Monsivais, Landi, entre muchísimos otros. Algunas de las cuestiones que aborda son el lugar de los medios de comunicación en la constitución de la cultura masiva y las características de la industria cultural que apoyan la consolidación del Estado-Nación en la construcción de hegemonías. Emprende un análisis también de otro nudo conceptual: la cultura popular como espacio de resistencia. No se trata de una cultura popular pura o incontaminada. Por el contrario, se trata de una cultura atravesada por las contradicciones e impurezas propia de los mestizajes entre etnia y clase, dominación y complicidad. Es en ese contexto de argumentación, donde lo popular se articula con lo masivo, donde la resistencia se articula con la dominación y la negociación, en el que el concepto de mediaciones cobra importancia: “el campo de lo que denominamos *mediaciones* se halla constituido por los dispositivos a través de los cuales la hegemonía transforma desde dentro el sentido del trabajo y la vida de la comunidad” (1987: 207).

Esos dispositivos de los que habla JMB no son externos a la cultura, como los paradigmas anteriores localizados en la manipulación sugerían. Por el contrario, están insertos en la cultura que debe ser redefinida, una cultura múltiple y activa, conflictiva y creativa. Una cultura en la que los medios de comunicación son un elemento clave en tanto productores de significaciones, pero no son los únicos. Es allí donde propone la ruptura en la manera de pensar los medios: es necesario dejar de lado la seguridad de los paradigmas que reducen la problemática a la ideología o a la tecnología, pues esas perspectivas conducen a un tipo de análisis del proceso aislando la recepción/los receptores de la producción/los emisores. Hay que pensar la articulación de los medios con la cultura: “en lugar de hacer partir la investigación del análisis de las lógicas de la producción y la recepción, para buscar después sus relaciones de imbricación o enfrentamiento, proponemos partir de las mediaciones, esto es, de los lugares de los que

provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión” (1987: 233).

Moragas Spa sostiene que JMB no es un autor de la recepción sino de la apropiación, que es una noción más compleja: “creo que el concepto que mejor nos introduce a la nueva mirada de Martín-Barbero no es el de recepción, sino el de apropiación” (2011: 196).

Se trata de repensar la idea de mediaciones en clave de apropiaciones, como reza la invitación del propio JMB, quien en 2008, ante la evidente necesidad de comprender y explicar cómo es el vínculo de los sujetos con las tecnologías digitales de la información y la comunicación, dirá que lo que hay que investigar en el contexto de lo digital, son “los modos con que las culturas se están apropiando de las nuevas tecnologías de comunicación y, por tanto, de las nuevas visibilidades sociales y políticas que pasan por los medios ciudadanos como el blog o la página de Internet, (lo cual) nos obliga a reflexionar no en términos de recepción sino de apropiación y de empoderamiento” (2008: 18). Según JMB, la noción de apropiación no cabe en la idea de consumo o recepción. Hablar de apropiación es hablar de empoderamiento. Visto así, podríamos decir que la expresión *mediaciones tecnológicas* posee varios registros.

Por un lado, es preciso descartar la concepción que concibe las tecnologías como dispositivos que están “al medio”, es decir filtrando sentidos y contenidos. Por el contrario, éstas forman parte de la cultura: son productos culturales pues están investidos de significados, y se inscriben generando o acompañando prácticas culturales. Desde esta perspectiva, decimos que no están “al medio”, sino que están “dentro”.

Por lo tanto, si esto es así, el vínculo de los sujetos con las tecnologías no puede designarse de otro modo sino como de apropiación. Como dice JMB, la propia naturaleza de las tecnologías digitales posibilita más que nunca, un tipo de uso productivo, creativo, de resistencia, de expresividad, no de mera exposición por parte de los usuarios. En definitiva, de empoderamiento.

Porque lo que está en la esencia de la apropiación de tecnologías (en tanto mediadoras en el sentido que Williams y JMB le dan a la noción, como dispositivos imbricados en la cultura, que operan al interior de las prácticas culturales, que participan de las disputas/negociaciones presentes en los procesos de construcción de hegemonías), lo que está en la esencia de la apropiación de tecnologías, decimos, no es solamente hacer propio un objeto. O en todo caso, este “hacer propio”, supone hacer consciente -de diferentes maneras-, el papel que le cabe a las tecnologías digitales en la construcción social, “desnaturalizar” su presencia y su existencia en la sociedad y en la vida cotidiana de cada sujeto.

Las políticas públicas de promoción de la apropiación de tecnologías, los discursos de las agencias educativas gubernamentales y no gubernamentales, en torno a la necesidad de apropiación de tecnologías por parte de los diferentes grupos sociales, ¿representan un interés genuino para que los sujetos, realmente, nos apropiemos de ellas para cumplir fines orientados al bien común? ¿O son un vehículo para consumir un tipo de apropiación económica específica por parte de los dueños de la producción a escala global, un tipo de apropiación propio de esta última etapa de la economía capitalista donde las tecnologías digitales son la columna vertebral?. Estas cuestiones interesan a nuestro análisis de las mediaciones tecnológicas, porque precisamente desde las teorías de las mediaciones “...los procesos económicos dejan de ser un exterior de los procesos simbólicos, y éstos a su vez aparecen como constitutivos *-de los procesos económicos-* y no solo expresivos del sentido social” (Martín Barbero, [1983]1987: 45)

Con lo cual, nos encontramos frente al desafío de una mirada paradigmática de la apropiación de tecnologías. Implica transitar un camino hacia la comprensión de los modos, las disputas, las controversias en que ocurre la apropiación al interior de las dinámicas de producción/uso (como pares indisolubles) de tecnologías digitales.

Bibliografía

Martín Barbero, J. ([1978]2015): *Comunicación masiva: discurso y poder*. CIESPAL. Ecuador.

([1987]2003): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Ediciones G. Gili. México

(2008) “*Políticas de comunicación y cultura. Claves de investigación*”. Documentos CIDOB. www.portaldecomunicacion.com (Recuperado el 10 de noviembre de 2010)

Moragas Spa, Miquel (2011): *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Ed. Gedisa. Barcelona

Morales, S. (2009): La apropiación de TIC: una perspectiva, en Morales, S. y Loyola, M.I. *Los jóvenes y las TIC. Apropiación y uso en educación*. Córdoba. Edición del autor

Morales, S. (2018): La apropiación de tecnologías. Ideas para un paradigma en construcción, en Lago Martínez, S. Álvarez A., Gendler, M. y Méndez, A. (Eds.) *Acerca de la apropiación de tecnologías: teoría, estudios y debates* Williams, R. (2000) *Marxismo y Literatura*, Península, Barcelona

PATERNIDADES EN PANTALLAS: ESTUDIO DE REPRESENTACIONES EN TORNO A LA MASCULINIDAD EN TELENOVELAS ARGENTINAS

Muñoz, Francisco

FCC - UNC / franciscomunioz@gmail.com

Palabras claves: paternidad; televisión; consumo televisivo; práctica cotidiana; espacio doméstico

A partir del nuevo milenio, las masculinidades manifiestan una crisis y se muestran en constante revisión y transformación (Olavarría, 2003). Las figuras instituidas en torno a la masculinidad, a partir de la sociedad industrial, y representadas en la división sexual del trabajo comienzan a ser problematizada en las últimas décadas y se revén formas de ser varón como ‘proveedor’, ‘jefe de hogar’ y figura de poder económico. El movimiento feminista en la actualidad y la avanzada en visibilidad y derechos en la esfera pública de las mujeres, también, allanan un camino donde las formas hegemónicas instituidas empiezan a ser criticadas. En este sentido, los estudios de paternidad desarrollados en los últimos años ponen de manifiesto cómo se encuentran estos varones frente a las tareas de cuidado, crianza y afectividades en relación a sus hijas e hijos. Como, además, se aprecia una transformación de las familias en nuevas redes y conformaciones no necesariamente ligadas a la forma tradicional o tipo. El involucramiento de los estados en materia de la participación en políticas de salud destaca en casos como Chile o Brasil (Aguayo, 2016) y demuestran la importancia del proceso de revisión en las formas de ser varón. A partir de esta argumentación, nos compete preguntarnos ¿Cómo estas manifestaciones sociales se ven reflejadas en discursos audiovisuales masivos? ¿Son los varones padres representados en la ficción de formas diferentes a lo largo del tiempo? ¿Qué participación y presencias se pueden observar en los momentos de cuidado y crianza? El trabajo se propone abrir un horizonte de preguntas que nos sirvan a modo introductorio para poder entender las masculinidades paternas en la actualidad.

Antes de avanzar, lo interesante en este estudio se centra en las posibilidades que se abren a la hora de pensar las masculinidades y en torno a ellas, las que se desempeñan como paternidades, en un contexto, atípico para la comprensión de las mismas. La televisión se propone como un objeto de estudio discutido por la academia a la

hora de llevar sus estudios a comprensiones sociales que vayan más allá –de los estudios de recepción-. En este sentido encontramos dice, al respecto, Roger Silverstone en su libro *Television and Everyday Life*:

“La pantalla es el punto en el que las culturas pública y privada se encuentran, el punto de intercambio, una especie de crisol en el que se funden la información y el entretenimiento, las identidades individuales y sociales, la fantasía y la realidad.” (Silverstone, 1994)

El cruce de lo privado y lo público es un punto interesante y nodal en la cuestión, ya que el estudio de lo televisivo refleja este doble juego al respecto. De cierta manera, es una potencialidad pensar este espacio de recepción como un lugar donde podemos cruzar variables más allá del simple acto de ‘mirar televisión’. A esto le podemos sumar lo que Silverstone argumenta con respecto al hogar, este espacio privado donde encontramos a este aparato en estudio:

La familia -el hogar- es el punto de partida para esta sociología de la pantalla la familia -el hogar- es donde las rutinas y las fórmulas de la vida cotidiana se forman y se sostienen, y donde la identidad individual y la seguridad están fijadas en el espacio y el tiempo. La pantalla es una parte esencial en todo esto. Las tecnologías que se representan y que dependen de ella han de ser adaptadas al hogar. (Silverstone, 2006)

La intención de Silverstone recae en definir el horizonte de acción de la sociología de las pantallas como propuesta inclusiva y un tanto superadora del estudio de la televisión, sino, también, de la influencia de las tecnologías en sí. Por otro lado, la relación de hogar, espacio doméstico y familia son elementos que sumados a la televisión dan una esfera de estudio que tiene más cuestiones incorporadas. El autor agrega “Las tecnologías de la comunicación en particular, no son sólo objetos materiales con funciones definitivas previamente. Son también objetos simbólicos (...) y su propósito aparecen con su utilización cotidiana en los hogares, diferentes entre sí por la cultura, la clase social, la composición o la geografía.” Las tecnologías no deben dejar de ser importantes con respecto a lo que Silverstone sostiene como la compleja dinámica sociocultural de la acción alrededor del televisor y alrededor de las tecnologías. El estudio requiere de pensar las tecnologías, la televisión, el espacio doméstico, la vida cotidiana, entre otros como un conjunto de variables que influyen directamente el consumo de la televisión en sí.

Por otro lado, Lila Abu-Lughod expone otra propuesta desde la antropología y, más precisamente, de una crítica directa a lo que ella considera la etnografía y sus limitaciones en cuanto a los estudios de la televisión. Evidencia la imposibilidad de la antropología en no ‘preocuparse por ofrecer perspectivas profundas sobre

la condición humana, ni siquiera sobre la dinámica social, cultural y política de comunidades particulares’. Es interesante cómo se expone la idea de ‘profundizar’ en los estudios y en las realidades pero así también, en las etnografías de la televisión, que rescate ‘la importancia de la televisión como una ubicua presencia en las vidas e imaginarios de las personas del mundo contemporáneo’.

El presente estudio se centrará en las paternidades mediáticas seleccionadas de la telenovela ‘Grande Pá!’ (1991), que tiene como protagonista a Arturo Puig y ‘Cien días para enamorarse’ (2018), con Juan Minujín como protagonista. Ambos programas de televisión han sido emitidos por el canal Telefé, que comienza sus emisiones como tal a partir de los años 90 y a lo largo de su historia paso de ser una empresa familiar a ser adquirida por la empresa española Telefónica (1999) y, en el año 2016, comprada por la empresa internacional Viacom, dueña de los canales TNT, Paramount Channel, MTV Music, entre otros. La orientación de estos grandes aglomerados de medios tiene por objetivo fines comerciales y financieros. Y en este punto, es importante entender la influencia del capitalismo actual en este orden.

Para los objetivos de la investigación, nos resulta de suma importancia este recorte sincrónico, de tres décadas en este caso, porque permite visualizar estas dos novelas, observando las representaciones masculinas de la paternidad. Además, la comparación en sí nos permite poder observar cómo los contextos socio-culturales han tenido efecto en quienes se desempeñan como guionistas o creadores de los contenidos. Sobre todo, a partir de las revisiones concretas a la institucionalidad del ‘ser varón’ dados en los últimos años con el avance en la visibilidad de luchas que se han puesto en debate desde el colectivo feminista.

Abu-Lughod dice “tomarse la televisión en serio nos obliga a pensar sobre la cultura, no como un sistema de significaciones o siquiera como un modo de vida, sino como algo cuyos elementos se producen, se censuran, se reenumeran y se emiten a lo largo de la nación, incluso a veces más allá de las fronteras nacionales. Es innegable la naturaleza hegemónica o ideológica –y por lo tanto relacionada con el poder- de los textos culturales de los medios masivos al servicio de proyectos nacionales, de clase o comerciales”. ¿Por qué no pensar la influencia del colectivo feminista en los discursos audiovisuales? ¿Es un reflejo de la realidad la elección de Telefé en construir representaciones masculinas diversas? ¿Hay nuevas representaciones de lo masculino a partir de estos hechos socioculturales?

Continuando con la propuesta de la autora, nos preguntamos acerca del programa de televisión “Cien días para enamorarse”, el cual en un contexto de posible sanción de la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo, las reproducciones de estos discursos de la

realidad se mimetizaban en la ficción y el contraste del mismo con “Grande Pá!” permitirá dejarnos analizar cómo ciertas formas de la paternidad ya recorren otras experiencias y sensibilidades. Por lo tanto, el estudio de las actuaciones de estas figuras masculinas es más que sólo una investigación de los roles, sino, que se coloca en la posibilidad ver cómo la sociedad va asimilando nuevas representaciones y, la televisión es uno de los lugares donde se pone en constante visualización esto.

Para concluir, Lila Abu-Lughod dice “uno de los beneficios de trabajar con la televisión (...) es que ofrece posibilidades particulares de intervención mundial”. A partir de esta frase, comprendemos que la investigación en estas temáticas donde vemos las pedagogías masculinas nos ofrecen herramientas de intervención en la sociedad que nos encontramos y, en particular, en los contextos domésticos. Las políticas públicas con respecto a los roles deja mucho que reforzar por parte de los gobiernos latinoamericanos, pero el inicio de la visibilidad y crítica de las representaciones y las masculinidades es un paso para poder encontrarnos con estados de situación en estas dinámicas.

Bibliografía

- Abu-Lughod, L. (2006) *La interpretación de las culturas después de la televisión*. Publicado en *Etnografías contemporáneas*, UNSAM, N°1, 2006
- Aguiar, F., Barker, G. y Ekimelman, E. (2016). *Paternidad y Cuidado en América Latina: Ausencias, Presencias y Transformaciones, Masculinities and Social Change*, 5(2), 98-106
- Becerra y Mastrini (2009) *Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en América Latina del sXXI*. Editorial Prometeo. Ecuador.
- Olavarría, J. (2003) *Los estudios sobre masculinidades en América Latina. Un punto de vista*. Anuario Social y Político de América Latina y el Caribe Nro. 6, Flacso / Unesco / Nueva Sociedad, Caracas, 2003, pp 91-98
- Silverstone, R. (1995): *Television and Everyday Life*, London, Oxford University Press.
- Silverstone, R. (2007) *De la sociología de la televisión a la sociología de la pantalla. Bases para una reflexión global*. N° 22 de TELOS.

MODELOS DE COMUNICACIÓN Y CULTURA. ESFERAS, BARRAS, CONJUNCIONES, DEVENIRES

Papalini, Vanina

CIECS - CONICET - FCC - UNC / va.papalini@gmail.com

Palabras claves: teorías; comunicación; cultura; circulación; ensamblajes

Una de las premisas que acompañan el estudio de la comunicación desde la década de 1970 es su introducción dentro del campo cultural. La historia interna del campo ofrece algunas otras perspectivas que, aunque en los estudios latinoamericanos han sido criticadas y en gran medida, descartadas, sirven de telón de fondo para comprender la novedad del planteo cultural. Ahora bien, la cultura de la que la comunicación hace parte, se ha concebido como una dimensión, una esfera, una trama, un contexto, un componente de una relación, un marco. Estas lecturas –mayormente inspiradas en teorías culturalistas o fenomenológicas- han brindado mucho al replanteo del campo, presentando sin embargo algunas limitaciones que conviene observar. Buscando retener el aspecto vital de los procesos descritos bajo estas metáforas, introducimos algunos lineamientos propios que considera la diada cultura-comunicación como devenir, en su característica dinámica, prestando especial atención a la *circulación* y a sus puntos de condensación, más que a los circuitos; a los ensamblajes, más que a los objetos; a las relaciones, más que a actores y actantes; a las intensidades, más que a las categorizaciones. Así, se va delineando un modelo que llamamos perspectiva cinética, que intenta escapar del análisis estático. Esta manera de pensar la comunicación puede metaforizarse bajo la noción de trama, pero es preciso explicar de qué manera entendemos esta noción.

La metáfora textil es fundamentalmente espacial, tridimensional. Sin embargo, la trama cultural tal como la pensamos requiere atender a una cuarta: toda transformación, todo devenir, se despliega en la dimensión temporal. Mirada desde un afuera inexistente, el vacío o la eternidad, podría advertirse cómo las culturas se enhebran y deshilachan; se transforman. Al considerar el tiempo, se salva la tentación de pensar a la cultura como un conjunto de productos; como un repertorio cuantificable de objetos, obras, prácticas circunscriptas e inventariables. Un repertorio rezuma fijeza. Desde la

perspectiva del tiempo, toda producción nutre otras, en una secuencia ininterrumpida de acciones, actores y actantes; todo inventario es incompleto o falaz; toda lista es selección arbitraria que habla más del criterio de recorte –de las anteojeras de quien lee– que de la trama que quiere interpretar.

Aunque la definición de la cultura como un repertorio de obras es discutida en ciencias sociales y humanas, es, en cambio, muy frecuentada en otros espacios y circunscripciones. No es que este uso sea un error o una falta de comprensión de su densidad. Es más bien una necesidad práctica; expresa una óptica contable que evalúa resultados, evocando una larga cadena de usos compatible con la lógica capitalista de determinación de autores-propietarios. Cuando un repertorio lleva firma identificable, ya no es tratado como cultura sino como arte; las obras son referidas a nombres-marcas identificables (Papalini y Rizo, 2012); las ideas corresponden a libros datados. Han aparecido en escena el autor y la autora; biografías registradas bajo un nombre poseedor de derechos. En nuestros términos, no hay genio, ni obra, ni calidad: el vocabulario de las esencias requiere una fe de la que carecemos.

Si no es un cierto número de productos; si no puede ser adscripta a sujetos identificables; si no puede ser descrita en puro presente ni en estricto pasado, si no es ni solo tradición ni únicamente creación, ¿cómo entenderla?, ¿cómo abordarla? Y aún más: ¿cómo investigarla y escribir sobre ella?

288 Perspectiva cinética

Nuestro objetivo es pensar la extensión de la configuración cultural que abarcamos como una trama en devenir donde interactúan autores y realizadores, mediadores culturales, sistemas productivos, medios de difusión y publicidad, materiales y procedimientos, mercados de bienes simbólicos, espacios de formación, comunidades de aficionados, reglas de legitimación y públicos (Papalini, 2012). La lista es solo indicativa.

Para pensar la perspectiva del devenir, traducida en nuestro caso como una investigación cinética de lo social, parece insoslayable recurrir a una conceptualización que aprehenda la dinámica de la configuración de la vida. Proponemos por tanto algunas premisas conceptuales que puedan oficiar de fundamentos para una investigación interesada en retener la vivacidad de los procesos sociales, un tipo de investigación que denominamos “cinética” porque apunta a comprender algo de la trama cultural, *en su devenir*. Para ello:

a) Nos apartamos de preconceptos fijos y definición de componentes bien delimitados, recostándonos en las nociones de “agenciamiento” y “ensamblaje”. El

agenciamiento es un ensamble maquínico de cuerpos, en su sentido más amplio; el enlace y la trabazón de componentes heterogéneos. La noción de rizoma completa esta perspectiva: según el principio de conexión, “cualquier punto del rizoma puede ser conectado con cualquier otro, y debe serlo” (Deleuze y Guattari, 1987:13). El *agencement* admite entramarse por cualquier lado, haciendo de la conexión su propiedad fundamental. La noción de “ensamblaje”, acuñada por la teoría del actor-red (TAR), se nutre de la de “rizoma”. En esta teoría también se resalta la importancia del enlace entre elementos. En vez de imaginar territorios delimitados por cercos exteriores, la imagen se parece más a la de un ecosistema vivo y vibrante, en transformación, expansión y retracción: en constante devenir.

b) La teoría del actor-red equipara actores humanos y no humanos, visibilizando esta simetría con la denominación de “actantes”. Estos últimos no son concebidos como “condiciones”, “artefactos” u “objetos” sino como otros actores que “actúan” y “hacen hacer”. “Cualquier cosa que modifica con su incidencia un estado de cosas es un actor o, si no tiene figuración aún, un actante” (Latour, 2008:106). Latour propone que la investigación se oriente al rastreo de las traducciones o ensamblajes, es decir a los procesos por los que los actores y los actantes tejen una red. En este sentido, lo social resulta de una asociación entre entidades (Latour, 2008:97).

c) El dato más relevante es el proceso, la realización temporal de la configuración, esto es, su devenir, que es siempre un verbo (por ejemplo: existir, refigurarse, potenciarse, disiparse). Esta acción o conjuntos de acciones son captadas por la comprensión y el análisis. Ello implica, evidentemente, la traducción al lenguaje y por tanto, la detención temporal del movimiento; allí radica su limitación inexpugnable, pero también contribuye a la asunción humilde de “lo que se puede, por ahora”. Este enfoque asume que nada “es” sino que “está siendo”, haciéndose y deshaciéndose y rehaciéndose, en un existir que es permanente transformación.

d) En estas líneas en movimiento, el acento ha de ser puesto en las intensidades; esa es la cualidad que separa la nada o la intrascendencia, de la vivencia y la experiencia. La idea de intensidad supone un continuum que desestabiliza las divisiones clasificatorias; rompe con las separaciones o aislamiento de las cosas. La idea de intensidad permite una cualificación intrínseca y no valorativa. Por ejemplo, entre un artista amateur y un profesional puede no haber ninguna diferencia de intensidad, la distinción surge del agenciamiento maquínico, que entraña un régimen de legitimación. El “artista” ya participa de ese ensamblaje, el amateur quiere participar.

e) Existen puntos de condensación de las tramas que identificamos como planos de análisis. El esfuerzo en este sentido es puesto en entender que estos puntos son

lugares de atravesamiento y de anudamiento de fuerzas, no orígenes, y menos aún causas o consecuencias. En general, en esta perspectiva, los puntos de condensación son nodos de una malla, un cruce de múltiples haces de relaciones que permiten inteligir la densidad de la trama y que habilitan la selección de conjuntos de líneas o ensamblajes pertinentes. Pueden ser pensados también como acontecimientos, sus derivas y resonancias asincrónicas.

f) Lo fundamental es atender al fluir, a la circulación, al movimiento, a la transformación, a las combinaciones, a las recreaciones. Tim Ingold señala: “Las cosas están vivas, como ya he señalado, porque se fugan”, y agrega que la vida “es inherente a la circulación misma de los materiales que continuamente dan lugar a las formas de las cosas incluso a medida que presagian su disolución. Es a través de su inmersión en estas circulaciones, entonces, que las cosas son llevadas a la vida” (Ingold, 2010:5). Las conexiones no están determinadas por condiciones previas o contextos; admiten el azar, la arbitrariedad, la gratuidad y el sinsentido; pueden ser contingentes. En el albur del encuentro, las conexiones modelan la “cosa”, hacen “la cosa”, que no puede ser pensada sino como el devenir de una trama.

Desde el punto de vista de la investigación cinética, las sociedades son agregaciones, pero su delimitación no es previa a dilucidar las formas y las asociaciones del ensamblaje y su modo de acontecer.

APROPIACIÓN DE DISCURSOS PERIODÍSTICOS Y TRAYECTORIAS SUBJETIVAS DE JÓVENES DESDE EL ANCLAJE INTERPRETATIVO DEL ABUSO MEDIÁTICO

Remondino, Georgina

FCC y FP - UNC/ georgina.remondino@gmail.com

Cilimbini, Ana

FCC y FP - UNC/ anacilimbini@gmail.com

Palabras claves: violencias; discursos mediáticos; género, etnia; jóvenes; sentidos

La categoría *abuso mediático* surgió en la esfera de investigaciones previas que realizamos en distintos proyectos ejecutados desde el *Observatorio de Jóvenes,*

medios y TICs de la Facultad de Psicología-UNC en la última década. Esta categoría está en construcción e intentamos densificarla considerando distintos casos empíricos de aplicación.

El *abuso mediático* refiere a un tipo específico de violencia que los medios producen; y no solamente reproducen al mediatizar discursos sociales previos. En la trayectoria que el tema de las violencias ocupa en las bibliotecas de occidente, los medios masivos de comunicación han sido referidos desde los años ‘20 del siglo pasado como factor que influye en las conductas políticas o de consumo, en la socialización, en la opinión pública y en las subjetividades; pero escasamente han sido referidos como factor neurálgico en la producción y reproducción de violencias sociales (Bonilla Vélez, 1995). Estas trayectorias marcan un camino interpretativo sobre la relación MMC y violencias que recuperamos para afirmar que los MMC son agentes productores/reproductores/potenciadores de violencias sociales; y desde la idea de que esa agencia del discurso de los MCC tiene consecuencias visibles en la segregación social, en la vulneración de los lazos sociales y en las subjetividades de quienes sufren lo que aquí hemos llamado *abuso mediático*. Decimos que los MMC no son solamente reproductores de las violencias que denuncian o muestran sino que, en su accionar, también generan violencias por medio de la victimización, la subalternización, la invisibilización, estigmatización y el refuerzo reiterativo de estereotipos preexistentes.

En esas operaciones discursivas encontramos que existe un modelo de poblaciones y sujetos deseados que coinciden con aquellas normativizaciones o gramáticas que la modernidad/colonialidad propuso como “deseables” para el ciudadano medio occidental. En relación a esto, lo que hemos analizado hasta la fecha, las mujeres, niños, jóvenes, pobres, etnias y naciones subalterizadas son las poblaciones que con mayor recurrencia son objeto del tratamiento negativo reiterado por parte de los MMC.⁴⁹ Estas dos evidencias, son relevantes para tener en cuenta el supuesto compartido de que el discurso periodístico informativo ejerce su poder de agencia sobre poblaciones y sujetos, sobre las políticas públicas que habilita y sobre la *doxa* social que ponen a andar.

Pero la categoría *abuso mediático* tiene una arista más; no se restringe a analizar las operaciones discursivas de los MMC en la instancia de producción de sus discursos sino que, también, hace visibles a los efectos o consecuencias que esas violencias tienen sobre subjetividades, conductas y poblaciones específicas. De allí que, para conocer esta

49 En este aspecto la *categoría abuso mediático* se diferencia de la idea de *violencia mediática* pues esta segunda se refiere a la violencia contra las mujeres, mientras que la primera contempla a los MMC como productores de violencias contra distintas poblaciones de manera reiterada y con efectos no comprendidos en la idea de *violencia mediática*.

dimensión, nos remitimos a la instancia de recepción/ apropiación/lectura –según la teoría de referencia que se considere-. Para conocer cómo opera el *abuso mediático* en la dimensión de la apropiación que diferentes sujetos realizan de los discursos de los MMC, consideramos tanto los efectos a nivel macrosocial y territorial como las apropiaciones que de ellos realizan distintos sujetos. Para trabajar sobre esta última dimensión no solamente nos restringimos a sujetos que son objeto de esa violencia ejercida por los MMC sino también a quienes no serían objeto de esa violencia pero que se han apropiado de manera diferencial de los discursos de los medios. Vamos a ampliar más al respecto al presentar el caso de análisis para esta exposición.

Por ahora, sintetizaremos lo antes dicho diciendo que el *abuso mediático* opera a través del discurso periodístico informativo de los medios de comunicación -aunque ello podría generalizarse a otros géneros discursivos-, construye sentidos negativos sobre sujetos y poblaciones, y ello lo realiza de manera recurrente instalando agendas y tópicos discursivos que cristalizan en sentidos negativos -y/o alterizantes y subalterizantes- sobre esas comunidades y sujetos. Esas cristalizaciones de sentidos finalmente operan con un poder epistémico para hacer conocer poblaciones por aspectos o características con valoraciones negativas. A su vez, legitiman ciertas clasificaciones de los sujetos y de las poblaciones, y de ese modo podrían contribuir a crear barreras simbólicas entre poblaciones, sectores sociales y sujetos en el seno de los discursos sociales. Por último, ese poder de nombrar y clasificar evidencia en nuestros trabajos de campo la existencia de dificultades en la construcción de un lazo social en los sujetos y grupos poblacionales objeto del abuso mediático creando o aumentando malestares preexistentes, vulnerando sentidos de pertenencia, violentando vínculos, etc. Podríamos decir entonces que, en ese sentido, operaría no solamente con potestad normativizadora de las poblaciones, sino también como regulador de subjetividades, de prácticas, de espacios de hábitat y circulación, entre otros.

Presentada de manera sintética la noción de interés, en esta exposición nos centraremos en la instancia de apropiación de discursos periodísticos que encuadran dentro casos considerados de *abuso mediático* -en tanto ejercen violencia reiterada contra poblaciones caracterizadas por su pertenencia étnica o a naciones subalterizadas o de género-. En el abordaje de caso tomamos la apropiación de dos discursos periodísticos que realizan jóvenes universitarios en el marco del dispositivo de entrevistas abiertas. El trabajo de campo evidencia que las *trayectorias subjetivas* narradas por los entrevistados median (en el sentido de una *mediación* tal como la propone Martín-Barbero y relee Orozco Gómez) la apropiación de los discursos periodísticos y la posibilidad –o no- de reconocerlos como actos

abusivos por parte de los medios. Entre las *trayectorias subjetivas* (Dubar 1991 en Kossoy 2014) narradas por los entrevistados destacamos las *trayectorias laborales* y *trayectorias políticas* personales y familiares. En relación a ello, resulta para nosotros un avance singular en la densificación de la categoría estudiada poder identificar aquellas mediaciones que intervienen en la instancia de apropiación de los discursos de abuso mediático. Identificar a las trayectorias subjetivas como dimensión a considerar en la instancia de apropiación simbólica de los discursos del abuso mediática también permite reflexionar sobre aquellos “resortes” en la dimensión de las subjetividades y de los lazos sociales que puedan oponer algún tipo de resistencia o negociación (Williams, 1980) a este tipo de violencia y, a partir de allí, abrir la posibilidad a apropiaciones críticas de los MMC (De la Peza Casares, 2006), en especial entre las poblaciones que son objeto de este tipo de abuso.

Bibliografía

- Bonilla Vélez, Jorge (1995) *Violencia, medios y comunicación. Otras pistas en la investigación*. México DF, México: Trillas.
- Cilimbini, A.; Remondino, G. y Petit, C. (2018). *Abuso mediático. Los rostros de las violencias en los medios y producción de subjetividades*. Argentina: Editorial Brujas.
- De la Peza Casares, M. (2006). “Las Tram(p)as de los estudios de la recepción y la opinión pública” en Saintout, F. y Ferrante, N. (Comp.) *¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre público*. Argentina: Ed. La Crujía.
- Kossoy, A. (2014). “Trayectorias subjetivas, trayectorias objetivas, las trayectorias sociales de jóvenes de clases populares” en VV.AA. *Estudios sobre juventudes en Argentina III*. Argentina: RENIJA y CURZA.
- Williams, R. (1980). *Marxismo y Literatura*. España: Península.

PRENSA GRÁFICA LOCAL Y LECTORES. APUNTES PARA PENSAR LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD VILLAMARIENSE

Sgammini, Marcela

UNVM - UNC / marce.sgammini@gmail.com

Palabras claves: consumo; recepción; medios de comunicación; local; identidad

Introducción

El presente trabajo se inscribe en el proyecto “Medios de comunicación, identidad local y público: estudios de consumo y recepción en Villa María”, actualmente en desarrollo. Formulada a partir de los postulados sobre los estudios de audiencia elaborados por los *Cultural Studies*, la investigación se realiza, empíricamente, mediante el uso de herramientas metodológicas cualitativas (focus group y entrevistas en profundidad) y se plantea como objetivo general: “describir e interpretar los significados producidos en torno a “lo local” en los heterogéneos procesos de consumo y recepción de distintos medios de comunicación en la ciudad de Villa María (medios gráficos, sitios digitales, televisión y radio)”.

El primer grupo de discusión realizado, en ese marco, tomó como eje los hábitos de lectura de prensa, dada la gran incidencia que posee el consumo de diarios locales y regionales –entre los que se incluyen nuevos medios informativos digitales- en las prácticas de los habitantes de la ciudad, según datos de relevamientos cuantitativos previos. Integrado por 8 informantes,⁵⁰ de distinto sexo y edad, que compartían el atributo de ser lectores habituales tanto de publicaciones gráficas (*El Diario del centro del país; Puntal Villa María; periódicos regionales; sitios Villa María Ya!, Villa María vivo!, Portal 5900*), la dinámica de la discusión se llevó a cabo de acuerdo a las especificaciones indicadas por la bibliografía de referencia para la implementación de esta técnica (Peinado y Canales, 1995)

Medios gráficos y sitios digitales: el consumo de información en la cotidianeidad villamariense

⁵⁰ José (45 años); María del Carmen (71 años); Antonia (47 años); Nahuel (25 años); Gabriela (46 años); Julio (39 años); Marcos (33 años); y Brenda (25 años)

Una vez procesada la información obtenida, se desprenden de ella algunas cuestiones significativas:

a) *La permanencia de los medios gráficos como modalidad de información.* Si bien la mayoría de los entrevistados manifiesta consumir los sitios digitales (ya sea los nuevos o los de los diarios en papel), esta oferta no ha desplazado en importancia a la prensa gráfica ya consolidada (*El Diario y Puntal*), sino más bien parece haberse constituido un sistema de relaciones entre ambos tipos de soporte. En los discursos de los sujetos observamos la recurrencia de ciertas características vinculadas a ambos medios impresos que ya se revelaban en estudios previos: la identificación más fuerte con *El Diario* porque “es de acá”, porque es más “localista” en cuanto a la información que publica (por ejemplo cuando cubre las divisiones inferiores de fútbol), porque se imprime en Villa María y por lo tanto “sale antes”, y porque se lo valora positivamente en tanto posee mayores posibilidades de desarrollo de los temas. La valoración negativa se refiere a que buena parte de su contenido destinado a la publicidad y avisos clasificados, pero en esto radica también su utilidad para algunos. En contraposición, *Puntal* se percibe con cierta “ajenidad” dado que pertenece a un medio de la ciudad de Río Cuarto y gran parte de la información que se publica corresponde a esa localidad: a pesar de ello, se le adjudica una mejor calidad.

La preeminencia de *El Diario* sobre *Puntal* entre las preferencias se explica también por otros factores: la costumbre, el hábito de la compra del periódico por parte de algún miembro de la familia u otro pariente, y la disponibilidad de los ejemplares en distintos lugares públicos y semipúblicos de la ciudad. Asimismo, el modo en que el medio forma parte de la vida cotidiana, cómo se inscribe desde una proximidad real con el lector: siempre es posible encontrar a un conocido- cómo es material de interacciones, conversaciones cara a cara, son también razones que explican su perdurabilidad. Pero es objeto también de críticas: al exceso de publicidad, a cierto alineamiento con figuras políticas, a la insuficiente participación de los lectores en sus páginas, y cierta obsolescencia de la información que brinda frente a la actualización permanente de datos vía redes sociales y sitios digitales. En cuanto a la temática, los contenidos, y cómo ellos se exploran, todos los entrevistados acuerdan en señalar un marcado –y predominante- trayecto, que implica un recorrido de atrás hacia adelante, es decir, desde las últimas páginas –que corresponden a la sección de hechos policiales- hacia las primeras.

b) *La función de los sitios digitales informativos.* Los portales más consultados por los entrevistados son *Villa María Vivo!* y *Villa María Ya!*, y en segundo término, las versiones web de los diarios *Puntal* y *El Diario*, que carecen de actualización o renovación a lo largo del día. El sitio *Portal 5900* no es mencionado por los integrantes

del grupo de discusión, si bien es anterior a *Villa María Vivo!* y *Villa María Ya!*.

La inmediatez para proporcionar información es el principal atributo que se le confiere a los medios digitales como un rasgo positivo –al que sólo la radio podría aproximarse– así como el hecho de fijar agenda para los demás medios, que se ven obligados “a levantar” o cubrir una noticia cuando ésta, habiendo sido anunciada inicialmente por alguno de los portales, cobra relevancia o repercusión. Y también por proponer una agenda con temáticas que no aparecen en los otros diarios o porque permiten hacer el seguimiento de algunos eventos (las inundaciones, por ejemplo). Las páginas web de información mencionadas –en particular *Villa María Ya!*– se caracterizan, en opinión de los entrevistados, por revelar conductas o comportamientos de referentes políticos de la ciudad que no suelen manifestarse en la cobertura que los medios gráficos hacen de sus acciones (el sitio los “deschava”, es más “punzante” que otros medios); sin embargo al mismo tiempo, se critica cierta falta de rigor para confirmar las noticias y las exageraciones en el tratamiento de algunos hechos que llevan a calificar a este portal especialmente de “amarillista”. Asimismo, la falta de jerarquización de las noticias y de profundidad en el tratamiento de los temas son características que comparten los sitios on-line, que parecen haber modificado el funcionamiento del ecosistema de medios villamarienses, tal como se deduce de las interinfluencias entre sus agendas como en las formas de consumo de los entrevistados cuando recorren diversos medios (radio, portal, prensa gráfica) frente a una noticia que llame la atención. Un último rasgo de los medios digitales que todos le reconocen es que cuentan con mayores posibilidades de participación por parte de los lectores, a través de los comentarios y opiniones que se anexan al pie de las noticias, aunque no siempre éstos se focalizan en la información en sí.

c) *La identidad y lo local: la ciudad en los medios y en la percepción de los habitantes.* Hay algunas coincidencias entre la ciudad que aparece en la prensa y la que viven cotidianamente los entrevistados: en este sentido, por ejemplo, todos reconocen que Villa María ha crecido fundamentalmente en cuanto al ámbito educativo y cultural (en estrecha relación con la existencia de la Universidad en la localidad), también en cuanto a políticas de salud, y que como correlato, las actividades e instituciones vinculadas a ello tienen una mayor presencia en las páginas de los diarios y en los sitios informativos digitales.

La mayor relevancia que adquieren en los medios determinados eventos –como el Festival de Peñas, de alcance internacional– y los efectos que esto produce en sus agendas es valorado de manera diversa: hay quienes se congratulan por la visibilidad y mención de

los acontecimientos vinculados al festival en esos días, y quienes se molestan por es “acaparamiento” de la información.

La noción de lo local es también relativa: para el entrevistado oriundo de Villa Nueva esa es la ciudad que encarna el concepto. Pero la importancia de lo local se sobrepone a otras configuraciones espaciales (región, provincia, país), y por lo tanto la información sobre este ámbito es valorada especial y prioritariamente frente a noticias de otra procedencia:

De esos datos se desprenden algunos puntos de interés que estamos profundizando –como por ejemplo las particularidades de los nuevos sitios informativos digitales, que se diferencian de las versiones web de los medios gráficos ya existentes y que han sido incorporados muy rápidamente a los hábitos de consumo informativo de los villamarienses.

Bibliografía

Canales, M. y Peinado, A. (1995) Grupos de discusión. En Delgado, J.M y Gutiérrez, J. *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis.

NIÑOS Y NIÑAS CHILENOS EN LA PANTALLA Y MULTIPANTALLA.

LA PLATAFORMA DIGITAL NOVASUR COMO VITRINA DE LA DIVERSIDAD INFANTIL

Villarrubia-Martínez, Andrea

Universidad de Huelva

villarrubiaandrea@gmail.com

andrea.villarrubia@alu.uhu.es

Palabras claves: televisión de calidad; derechos de la infancia; plataformas digitales; identidad; fomento audiovisual

Desarrollo del problema

Novasur es desde el año 2000 la única oferta de contenidos de televisión infantil pública en Chile. Desde 2017 la marca adoptó el nombre de la institución que la cobija, el Consejo Nacional de Televisión, pasando a llamarse CNTV Infantil. Nacida como una televisión escolar para ser usada como material pedagógico por los docentes, desde 2012 orientó su programación a contenidos más amplios, con un sello educativo que va más allá del aula. No cuenta con un canal propio y emite su programación de 14 horas originales mensuales a través de señales de televisión abierta y de cable regionales, locales y comunitarias, proporcionándoles programación infantil en forma gratuita.

Desde sus inicios Novasur contó con una plataforma digital alojada en la web www.novasur.cl la que fue diseñada para contener los materiales de apoyo para los programas curriculares y para la capacitación docente. Con el tiempo, el portal se transformó en una videoteca virtual que hoy reúne más de 2000 audiovisuales para ser vistos en el territorio nacional en la dirección *infantil.cntv.cl*

Banerjee, & Seneviratne (2006) citan a Pérez Tornero y Alfonso (1998) al señalar los valores que deben orientar a los medios de servicio público: la atención a los miembros más vulnerables de sociedad, el estímulo a la industria audiovisual, el apoyo a la educación y la formación, apoyo a la democracia, servir de reflejo a la diversidad cultural, contar con programación original y generar la cooperación internacional. Novasur se adscribe a estos valores y declara que su línea editorial que se sustenta en 4 ejes programáticos: formación para la vida, identidad local y regional, contenidos curriculares y arte y cultura. Resulta interesante estudiar si esta plataforma digital pública puede adaptarse a las nuevas formas de consumo y apropiación de los niños y niñas; constituirse en un espacio donde las infancias puedan *verse y ver a otros* y ser una alternativa a los contenidos de las señales comerciales.

Antecedentes

El cambio de los hábitos de las audiencias infantiles ha sido ampliamente documentado en la literatura científica por autores como Orozco, Navarro y García Matilla (2012) y Fuenzalida (2008, 2011, 2015) que registran el creciente acceso a tecnologías digitales, la deslocalización del consumo y el paso de los televidentes en prosumidores. Según datos de la última Encuesta Nacional de Televisión (ENTV), la televisión se consolida como la pantalla principal en el grupo etario entre 8 y 13 años: niños y niñas ven en promedio 2,2 horas de televisión abierta, mirando contenidos dirigidos a adultos, como las telenovelas y noticieros. Pese a este

alto consumo, la programación infantil en TV abierta ha caído a los niveles más bajos, representando sólo 0.9% del total de contenidos emitidos en 2018 (CNTV, 2019, p. 43). También los niños asisten 3,3 horas promedio a la televisión de pago, donde prefieren las señales infantiles internacionales. Asimismo, la ENTV registra que el 55% de los niños tiene acceso a celulares con internet (CNTV, 2017c, p. 37).

Pujadas (2011) y Fuenzalida (2016) destacan que la diversidad es un indicador de calidad de la televisión. Los mismos autores documentan que estamos frente a una oferta amplia, pero no necesariamente variada. Por su parte, Götz, Hofmann, Brosius, Carter, Chan y Donald (2008) en un estudio realizado en varios países del mundo detectan una presencia mayoritaria de contenidos extranjeros, especialmente estadounidenses, la falta de niñas en roles protagónicos y la estereotipación de estas (suelen ser rubias y más delgadas que los niños). El estudio también demuestra que hay más diversidad en los programas de señales de servicio público que en las cadenas privadas (Götz et. al 2008, p. 49).

Metodología

Con el objetivo de caracterizar la diversidad de la oferta infantil de en la plataforma digital de Novasur se utilizó un *mix* de técnicas cualitativas y cuantitativas. El análisis de contenido cuantitativo se aplicó sobre la Base de Datos de Programas, que fue proporcionada por Departamento de Televisión Cultural y Educativa del CNTV. Fueron considerados para el análisis los videos disponibles en la plataforma a julio de 2017. Posteriormente, se realizó una comparación con programas presentes en la plataforma al 31 de marzo de 2019, para conocer la evolución de la parrilla programática. Para el análisis cualitativo se seleccionó una muestra de 25 programas que fueron evaluados con el método MACCAI, desarrollado y validado por Sandoval (2015, p. 140) y que consta de tres criterios: análisis objetivo, análisis morfológico y análisis crítico.

Resultados

La pantalla de Novasur está principalmente compuesta por producción nacional (41,4% de los contenidos) y esta programación está de alguna manera está vinculada con el canal ya que es realización propia, o bien, resultado de una coproducción nacional o regional, es decir es realizada en diferentes localidades del país.

Otro resultado interesante es la centralidad que adquiere el financiamiento del Fondo CNTV, ya que los programas financiados por este mecanismo representan el 37.9% de los contenidos de la plataforma Novasur. Cabe destacar que este fondo de fomento representa el 40,1% de los contenidos infantiles en TV abierta (CNTV, 2019, p. 5)

Respecto de la diversidad infantil en pantalla es destacable

que Novasur cuente con una variedad de formatos de programas: los nacionales son principalmente de no ficción 54,3% (correspondientes 1057 capítulos) y 45,7% corresponden a ficciones (890 programas, de los cuales 617 son animaciones). Los programas son protagonizados por niños y niñas, más que por adultos y jóvenes. Existen además personajes de ficción (robots, extraterrestres) y animales. Los niños y niñas pertenecientes a pueblos originarios (mapuche, aymara, quechua y rapanui) lideran tanto documentales, como series animadas. Asimismo, la presencia femenina es amplia, especialmente en las series de no ficción. El desafío es entonces construir una imagen aún más plural de la infancia chilena, ya que los protagonistas con discapacidad todavía son minoritarios y la diversidad sexual no se ve reflejada en pantalla.

Desafíos educativos en tiempos de auto-comunicación masiva: la interlocución de las audiencias. *Comunicar*, 38, 67-74. Recuperado en <http://www.revistacomunicar.com/index>.

Bibliografía

- Banerjee, I., & Seneviratne, K. (2006). *Radiotelevisión De Servicio Público: Un Manual De Mejores Prácticas*. San José, Costa Rica: UNESCO. Recuperado en <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001415/141584s.pdf>
- Consejo Nacional de Televisión. (2017c). *IX Encuesta Nacional de Televisión*. Recuperado en https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20171012/asocfile/20171012121426/ix_encuesta_nacional_de_televisi_n_2017.pdf
- Consejo Nacional de Televisión. (2018a). *Fondo CNTV 2017. Oferta, consumo y evaluaciones*. Recuperado en: https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20180313/asocfile/20180313115402/fondo_cntv_oferta_consumo_evaluaciones_2017.pdf
- Consejo Nacional de Televisión. (2019). *Anuario Estadístico Oferta y Consumo de Televisión 2018*. Recuperado en <https://www.cntv.cl/anuario-estadistico-de-oferta-y-consumo-de-television-2018/cntv/2019-03-29/114753.html>
- Fuenzalida, V. (2008). Cambios en la relación de los niños con la televisión. *Comunicar*, 30, 49–54. doi: 10.3916/c30-2008-01-007
- Fuenzalida, V. (2011). Resignificar la educación televisiva: Desde la escuela a la vida cotidiana. *Comunicar*, 36, 15–24. doi: 10.3916/C36-2011-02-01
- Fuenzalida, V. (2015). Formatos Televisión Pública y Cambio Digital. *Tecnología TV – Audiencias – Formatos. Punto Cero 20* (30), 31–46. doi:10.11606/issn.1982-8160.v9i1p103-126
- Fuenzalida, V. (2016). *La nueva televisión infantil*. Santiago, Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Götz, M., Hofmann, O., Brosius, H.-B., Carter, C., Chan, K., Donald, St. H., et al. (2008) Gender in children's television worldwide. Results from a media analysis in 24 countries. *TelevIZion*, 21/2008/E. Recuperado en https://www.prixjeunesse.de/images/PDF/GenderInChildrensTVWorldwide_2008.pdf
- Orozco, G., Navarro, E., & García-Matilla, A. (2012).



EJE N°11



Conflicto social, movimientos sociales
y acción colectiva

RED DE REDES Y MULTICIUDADANÍA. EL CASO DE LA ASOCIACIÓN CIVIL MENDIOLAZA VIVA

Alessio, Angela

UNC - UNVM/ gelalessio@hotmail.com

Palabras claves: actores sociales; ambiente; comunicación; Sierras Chicas; participación

El proyecto madre nuclea diferentes propuestas territoriales comunitarias locales e internacionales, dando lugar a procesos de articulación que permiten potenciar y profundizar cada una de esas experiencias. Contribuye a sistematizar y socializar el registro de procesos grupales que trabajan desde el arte, el teatro social, la educación popular, la comunicación popular y el ambiente.

La Asociación Civil Mendiolaza Viva y su vinculación social y política en el territorio. Los sucesivos delitos ambientales producidos en el departamento Colón: Mendiolaza, Unquillo, Candonga, con el avance de emprendimientos inmobiliarios sobre zona roja de bosque nativo protegidos por ley 9814, llevo a organizarse y construir redes de trabajo y vinculación. Mendiolaza es una ciudad que cuenta con casi 20.000 habitantes y tiene la misma cantidad de barrios privados que abiertos. Esto demuestra una política municipal proclive a esta idea de ciudad country, política que se viene desarrollando ininterrumpidamente desde hace más de 20 años con el mismo intendente.

Esta situación crítica llevo a crecer y comprometer a la AC MV, a vincularse con otros actores para fortalecer su estrategia de comunicación, que visibilizarían su lucha, más allá de la ciudadanía con la que ya viene trabajando en múltiples actividades. Esta vinculación también se da con organizaciones ambientales del corredor, la Coordinadora de Sierras Chicas, AMU, Chavascate, el Foro Ambiental Córdoba, especialistas de Universidades de Córdoba y Villa María y el trabajo en equipos de investigación y extensión desde las aulas con actividades prácticas de los estudiantes. Esta estrategia de trabajar de manera interdisciplinaria y en red de redes fortalece el trabajo territorial y los tópicos de trabajo propuestos por Mendiolaza Viva desde su nacimiento; protección ambiental, conciencia ambiental y participación social.

Algunos hitos de la AC MV fueron el amparo y clausura

de la segunda etapa del Terrón, amparo y clausura de un basural a cielo abierto en el Talar, denuncia por abuso de autoridad al Intendente de Mendiolaza etc; sin embargo lo más valioso es la participación y el posicionamiento que dicha organización viene teniendo como referente socio ambiental.

Creemos que esta experiencia podría ser un ejemplo innovador en la localidad de sierras chicas.

Bibliografía

Carlos Walter Porto Gonçalves “*Territorialidades y lucha por el territorio en América Latina: geografía de los movimientos sociales en América Latina*”. Editado por el Instituto Venezolano de Ciencia y Tecnología (IVIC), 2001.

Raquel Gutiérrez Aguilar “*¡A desordenar! Por una historia abierta de la lucha social*”. Tinta Limón; México: Pez en el árbol, 2016.

Revista, Movimientos sociales; Movimientos ambientalistas; Ambientalismo; Pensamiento crítico; Movimientos socioterritoriales; Conflictos ambientales; Extractivismo; Pueblos indígenas; América Latina. OSAL, Observatorio social de América Latina, 2012.

Investigación, SOBRE PROCESSOS DE “AMBIENTALIZAÇÃO” DOS CONFLITOS E SOBRE DILEMAS DA PARTICIPAÇÃO José Sérgio Leite Lopes Universidade Federal do Rio de Janeiro – Brasil, 2006.

<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/cardi/article/view/11804/12135>

NARRATIVAS IDENTITARIAS Y EXPERIENCIAS DE ORGANIZACIÓN COMUNITARIA EN EL ÁMBITO RURAL: PRESENCIAS DEL ESTADO EN LA CONSTITUCIÓN DEL ADETRRO

Abatedaga, Nidia Cristina

FCC - UNC /nidiaabatedaga@gmail.com

Ordóñez, María de los Ángeles

CEA - FCS - UNC / maryordoniez@gmail.com

Palabras claves: agricultura familiar; narrativas identitarias; relaciones de fuerza; políticas públicas; organización comunitaria

Enfoque metodológico

El enfoque es socio-antropológico, ponemos el acento en la “perspectiva del actor” (Guber, 2004, p. 30) lo que demanda un diálogo activo entre categorías locales y perspectivas teóricas para la construcción de nuevos conocimientos. En el trabajo de campo complementamos estrategias metodológicas desde una perspectiva cualitativa.

Retomamos el relato de los actores desde el “método biográfico” (Sautu, 1999 en Kornblit, 2007, p. 14). Entrevistamos a integrantes de NGU considerando que en la investigación cualitativa “la búsqueda de significaciones se realiza tomando como base el lenguaje (...) como expresión de lo social, como su ‘materia prima’” (Lulo, 2002 en Kornblit, 2007, p. 1). Dentro del método biográfico, desarrollamos “relatos de vida”: “narraciones biográficas acotadas al objeto de estudio del investigador” (Kornblit, 2007, p. 15).

Siguiendo a Nacuzzin (2002) comprendemos que el campo de la investigación etnográfica también puede ser el de los documentos, por lo tanto, realizamos un análisis documental de las políticas públicas, entendiéndolas como discursos oficiales del Estado. Por cuestiones de extensión desarrollaremos sólo el análisis sobre las relaciones de fuerza que involucran las políticas públicas en Agricultura Familiar y la construcción identitaria de NGU.

Identidades y narración

Las identidades son puntos de encuentro “entre los discursos y prácticas que intentan ‘interpelarnos’, hablarnos y ponernos en nuestro lugar como sujetos sociales de discursos particulares” (Hall y Du Gay, 2003, p. 20), por lo tanto, adoptan formas narrativas que expresan interpretaciones de experiencias de quienes las vivenciaron: “narrativas identitarias” (Gergen, 2007; Ricoeur, 1996 y 1983). La auto-narración no es un proceso individual pues implica “formas sociales de brindar explicaciones o discursos públicos” (Gergen, 2007, p. 157). El relato posibilita vincular las experiencias colectivas organizadas temporalmente, lo que le otorga cierto orden y relación con el contexto socio-histórico.

Las auto-narraciones son modos de lograr presencia identitaria en el espacio público, entendido como campo de arenas donde se dirimen conflictos (O’Donnell y Oszlak, 1984) entre actores sociales que - con cuotas desiguales de poder - procuran incidir en su visibilización (Abatedaga y Ordóñez, 2017) y en la redistribución de recursos materiales y simbólicos. Entendemos la constitución de identidades a partir de tensiones y movimientos donde el pliegue del Afuera es constitutivo de un adentro (Deleuze, 2015 en Abatedaga y Ordóñez, 2018, p. 3). En investigaciones previas⁵¹ reconocimos estrategias de visibilización y autonarrativas que buscan reducir diferencias entre el auto-reconocimiento y una identidad hetero asignada por otros, como el Estado.

Buscamos rescatar, detallada y dinámicamente, cómo y por qué un determinado grupo de actores sociales y ciertos sectores del Estado han actuado y posicionado de determinada manera frente a la implementación de ciertas políticas, y de qué maneras se fueron reconfigurando procesos identitarios, en este caso, en colectivos laborales como NGU. Los actores que intervienen en este proceso son parte integrante de una relación que contiene contradicciones, y relaciones de fuerza que pugnan por hacer prevalecer sus intereses contrapuestos (Oszlak y O’Donnell, 1984).

Para organizar y garantizar relaciones de dominación y desigualdad, el Estado debe abocarse a múltiples tareas que abarcan todos los aspectos de la vida social, tareas canalizadas a través de políticas públicas: acciones y omisiones que manifiestan modalidades de intervención del Estado en relación con cuestiones que movilizan el accionar de otros actores en la sociedad civil (Oszlak y O’Donnell, 1984) como los agricultores familiares. Miramos al Estado “en acción” en un proceso social en el entrecruzamiento - complejo - con otras fuerzas sociales (Oszlak y O’Donnell, 1984).

⁵¹ “Nuevos emergentes laborales: autogestión e identidad de trabajador” (2014-2015). “Emergentes laborales II. Praxis comunicativa y resistencias en los bordes de organizaciones y redes de autogestión laboral” (2016-2017).

² Notas de campo.

Red identitaria de Nuestras Granjas Unidas

NGU se autodefine como un “grupo de familias” de “pequeños productores”² que viven y trabajan en la “Pampa de Pocho” (Traslasierra, Córdoba). La ubicamos analíticamente y políticamente dentro de la categoría Agricultura familiar por: a) su forma de “organización social del trabajo anclado predominantemente en vínculos de parentesco más que en relaciones salariales” (Arach Et. Al. 2010 en Maggi, 2015, 7); b) la apropiación familiar del ingreso, autoconsumo, trueques y comercialización del excedente de la producción para obtener bienes y servicios (CIPAF NOA, 2008 en Schiavoni, 2010); c) su forma de vida y cultura, pues la organización lucha y lleva a la práctica “propuestas y alternativas para mantener viva la cultura de vida en el campo”³; d) su relación con la tierra que no es un simple instrumento para la producción, sino un “patrimonio” familiar (Craviotti, 2000), lo que involucra acciones para la defensa del “territorio” (Mançano Fernandes, 2005).

Ayudándonos de la metáfora de red, reconocimos tres nodos o puntos en común que conformarían las tramas identitarias del grupo: el trabajo comunitario; la familia y el territorio; y lo colectivo. Cabe aclarar que no existe una identidad homogénea, pues hay elementos contradictorios en constante movimiento y tensión.

Análisis de los Pliegues

Como dijimos, las identidades no pueden definirse de forma definitiva entre un Adentro y un Afuera, por lo que nos interesa describir algunos “plegamientos” identitarios. En este caso, nos centraremos en las políticas públicas implementadas por el Estado nacional y provincial mediante instituciones como la Subsecretaría de Agricultura Familiar, el INTA y la Dirección de Producción Agropecuaria Familiar de Córdoba.

Un primer plegamiento, instaura “una relación fundacional”⁴ de la organización con el Estado, ya que, la misma comenzó a reunirse por la posibilidad de presentar un proyecto en el Programa para el Desarrollo de Áreas Rurales gestionado por el Estado provincial en búsqueda de financiamiento para el trabajo productivo. Hay aquí una reapropiación de ese punto de inicio, pues desde la organización se mantiene el objetivo de funcionar más allá de subsidios en la búsqueda de autonomía en relación al Estado. De hecho, comienza a funcionar de manera comunitaria sin haber recibido el financiamiento, que demora dos años en ser entregado. Este vínculo con el Estado se mantuvo mediante la búsqueda de financiamiento a través de diversos programas, pero fue variando el carácter de la relación con los cambios en la coyuntura política: durante el gobierno kirchnerista definen relaciones de negociación y en el gobierno actual,

de disputa de recursos⁵². Miembros de NGU inferen que mediante el trabajo realizado por la organización han logrado un reconocimiento positivo por las instituciones de la zona que ha contribuido a que sean considerados como interlocutores válidos a la hora de implementar programas destinados a la Agricultura Familiar.

De modo paralelo, durante el último periodo de gobierno de C. Fernandez se implementaron políticas públicas relevantes en torno al sector, una de ellas fue la creación de la Secretaría de Agricultura Familiar en el 2014 en la órbita del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (Decreto 1030/2014), año en que se dicta la Ley 27.118 de Agricultura Familiar. Esta establece, entre otros aspectos: una delimitación del sector; la declaración de interés público de la agricultura familiar, campesina e indígena y su contribución a la “seguridad y soberanía alimentaria” (Artículo 1); el Régimen de Reparación Histórica (Artículo 2); y la creación del Registro Nacional de Agricultura Familiar (RENAF) (Artículo 6).

En el territorio, la mayoría de los miembros de NGU se inscribieron en el RENAF, involucrando un pliegue identitario importante para cada familia, ya que esto implicaba ser reconocidos por el Estado como sector productivo específico y adecuarse a la delimitación legal del sector, aunque en sus auto-narraciones no se nombren a sí mismos como Agricultores Familiares. A su vez, la inscripción al Monotributo Social Agropecuario (MSA)⁵ gratuito permitió que los productores pudieran avanzar en la formalización de su trabajo, acceder a una obra social y el pago de aportes jubilatorios. Se trata de un reconocimiento más amplio como trabajadores registrados en el sistema “formal” de la economía, aunque sea en términos subsidiarios.

Durante el gobierno de M. Macri se desfinanció la SAF y se la redujo a Subsecretaría, en el territorio de Traslasierra fueron despedidos tres de los cuatro técnicos existentes. Desde el 2018 la gratuidad del MSA dejó de garantizarse, lo que provocó que la mayoría de los integrantes de NGU se dieran de baja del programa. Queda la tarea de indagar cómo impactarán en el mediano y largo plazo estas relaciones de fuerza generadas por acciones y omisiones del Estado en la construcción identitaria de la organización.

A modo de cierre

Las políticas públicas vinculadas a la Ley de Agricultura Familiar implican hetero-identificaciones que ponen en tensión formas de nombrarse a sí mismos como productores o campesinos, que en la búsqueda de reconocimiento por parte del Estado acceden al modo en

que se los denomina. Esta negociación se genera en un contexto donde la idea de “campo” en el espacio público es hegemonizada por el agronegocio, tanto en el discurso mediático como en las políticas públicas que priorizan la participación de Argentina en el “Consenso de los commodities” (Svampa, 2012, p.16).

Las estrategias comunicativas y el trabajo desarrollado por el grupo permite actuar sobre las luchas políticas de reconocimiento (Fraser, 2008) y mediante el reconocimiento de la organización logran incidir sobre la disputa por la redistribución más justa de los recursos y riqueza (Fraser, 2008).

Bibliografía

Abatedaga, N. y Ordóñez, M. (2017). “Praxis comunicativa y narrativas identitarias de los emergentes laborales en el espacio público”. *XXXI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología*. Universidad de la República del Uruguay. Montevideo, Uruguay. Disponible en: <http://alas2017.easyplanners.info/opc/?page=listadoCompleto>

(2018). “Organizaciones y medios comunitarios: auto narraciones para disputar Identidades públicas”. *XIV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC)*.

Craviotti, C. (2001) “Los procesos de cambio en las explotaciones familiares pampeanas: Tendencias en el trabajo agrario y dinámicas familiares”. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 45, 69-89. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.

Fraser, N. (2006) *¿Redistribución o Reconocimiento? Un debate Político-filosófico*. Ediciones Morata, Madrid – España.

Gergen, K. (2007). *Construccionismo Social, aportes para el debate y la práctica*. (Ángela María Estrada Mesa y Silvia Diazgranados Ferrans, traductoras). Bogotá: Ediciones Uniandes.

Guber, R. (2004). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*, Buenos Aires, Paidós.

Hall, S. y Du Gay, P. (2000). *¿Quién necesita “identidad”?* (Comp.); Cuestiones de identidad cultural. Ed. Amorrortu. Bs As.

Kornblit, A. L. (2007). *Metodologías cualitativas en ciencias sociales*. Buenos Aires: Editorial Biblos. Pp. 9- 33.

Maggi, C. (2015). *El proceso de transición hacia la agroecología con los agricultores familiares de la pampa de Pocho, Córdoba, Argentina* (Tesis de Especialización em Estudos Latino Americanos IV Turma Soledad Barret).

Universidade Federal de Juiz de Fora - Escola Nacional Florestan Fernandes. Sin Publicar.

Maçano Fernandes, B. (2005). “Movimentos socioterritoriais e movimento socioespaciais”. *Observatorio Social de América Latina*, 16. CLACSO.

O’Donnell, G y Oszlak, O (1984). “Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación”. *Dossier del Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES)*, 4, 43-61. Buenos Aires.

Schiavoni, G. “Describir y prescribir: la tipificación de la agricultura familiar en la Argentina”. En: Manzanal, M. y Neiman, G. (Comp.) *Las Agriculturas Familiares del Mercosur. Trayectorias, amenazas y desafíos*. Buenos Aires. Fundación Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad – CICCUS.

Webgrafía

Ley 27.118. Agricultura Familiar. Disponible en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/240000-244999/241352/norma.htm>

Secretaría de Agricultura Familiar. Página Web Oficial: <https://www.argentina.gob.ar/agroindustria/agricultura-familiar-coordinacion-y-desarrollo-territorial>

Subsecretaría de Agricultura Familiar. Página Web Oficial: <https://www.argentina.gob.ar/agroindustria/agricultura-familiar-coordinacion-y-desarrollo-territorial/subsecretaria>

Monotributo Social Agropecuario – CELAC. Disponible en: <https://plataformacelac.org/programa/1044>

LOS DESECHOS, SUS USOS Y TRANSFORMACIONES ECO-FRIENDLY

Boito, María Eugenia

FCC y FCS - UNC - CIECS - CONICET /meboito@yahoo.com.ar

Álvarez, María Antonella

FCC - UNC / m.antonellaalvarez@gmail.com

Palabras claves: conflicto; ideología; ciudad; discurso; capitalismo

“Nada es menos seguro que nosotros tengamos un interior.

Los desechos quizás vengan del interior, pero la característica del hombre es que no sabe que hacer con sus desechos. La civilización: es el desecho: cloaca máxima.

Los desechos son lo único que testimonia que tenemos un interior” (Lacan, 2016)

Para una introducción a este trabajo vamos a detenernos en una de las imágenes que se presentan en el documental: *La guía perversa de la ideología*, de Slavoj Žižek, imagen que nos va a permitir pensar sobre algunas transformaciones que se han/siguen llevándose a cabo en la Ciudad de Córdoba, en relación a la materialidad de los objetos en juego en dichos cambios.

En la imagen del documental que nos interesa, la cámara hace un lento recorrido por el desierto de Mojave, desierto que envuelve de silencio un cementerio de aviones; Žižek aparece sentado en una de las butacas de un avión deshabitado, mostrando una de las caras invisibles del capitalismo; él la nombra como *waste*. La traducción en el documental es *basura*, sin embargo una palabra que se acerca un poco más a la traducción al castellano es: *desperdicio*, es decir desecho, un resto que queda. ¿Qué propone el autor sobre esto? Que para romper el círculo del utilitarismo propio del capitalismo, hay que *aceptar* que hay cosas que no sirven para nada y no intentar hacer algo con ellas, no intentar deshacernos de ellas,

sino *quizá lo primero que deberíamos hacer es aceptar este desecho*. ¿De qué nos sirve encontrarnos con esto objetos, con este desperdicio de los objetos? Aquí el autor avanza un poco más, citando a Walter Benjamin y su concepto sobre la historia. *Detenerse* a mirar ese desierto de aviones abandonados, como los desechos propios de una operación del progreso, un poco retomados por la naturaleza, es allí, en ese momento que podemos llegar a apresar una intuición de lo que significa la historia. ¿Qué pasa cuando estos desechos se transforman y se vuelven un producto más de la maquinaria capitalista? El circuito del utilitarismo se vuelve un continuo, y entonces: ¿Qué sucede con la historia?

Actualmente y situándonos en la ciudad de Córdoba nos encontramos que hay una insistencia en la materialidad de lo estético vía lo eco-sustentable, lo eco-reciclable, lo eco-friendly. El prefijo *Eco-* es un término muy utilizado en nuestros días y apunta a un cierto interés en responsabilizar a los consumidores sobre lo ecológico. *Eco-* proviene del griego *oikos*, y significa *casa, familia, patria, patrimonio*. De modo que se utiliza este prefijo para hacer referencia al cuidado de nuestro planeta considerado nuestra casa y engloba así, a todo aquello que se vincule con el cuidado del medio ambiente. De esta manera vemos que en muchos objetos la imagen de lo eco-sustentable figurada bajo un planeta verde rodeado por tres flechas que forman un círculo, el círculo del utilitarismo, que conforman lo que en palabras de Walter Benjamin puede decirse como el *culto* al capitalismo, culto que no deja por fuera ni siquiera sus propios desechos.

Identificamos diversas prácticas que se proponen en la ciudad, para habitar esta nueva idea de lo *eco-friendly*, en una suerte de amigarse con el ambiente que impulsa a desarrollar nuevos objetos con materiales reciclados, con el fin de minimizar el impacto de “la producción”; o de embellecer aquellos que no encajan con la idea armoniosa de la ciudad. De modo que estas prácticas se dan en vastos sectores de la ciudad, podemos situarnos incluso en espacios socio-segregados donde venimos realizando trabajo de campo⁵³ y ver allí resonar esta misma idea, en el trabajar la basura que *nos* tapa, en ladrillos. Entonces encontramos diversos agentes externos que llevan a cabo la iniciativa de trabajar con la basura, porque lo desechable puede reutilizarse para construir en comunidad espacios de encuentros *a bajo costo* y de manera *rápida*. De modo que paredes se levantan con botellas de plásticos, esas que se acumulan día tras día en el Canal Maestro Sur, antiguo canal de riego que atraviesa el territorio donde realizamos

53 En el marco de un proyecto de extensión en la Villa El Tropezón titulado: *Capturas de resistencia. Arte e historia en Villa El Tropezón*. Becaria: Lic. María Antonella Álvarez, dirigido por la Lic. Cecilia Michelazzo y codirigido por el Lic. Aldo Morales. En Curso.

nuestro trabajo de campo, cuyo cauce fue interrumpido debido a la construcción de un complejo habitacional cerrado de la empresa Gama, cuyos edificios se asentaron sobre el mismo, ocasionando diversas dificultades a las villas ubicadas del otro lado del Nudo Vial.

Loeco-sustentable no sólo se materializa en construcciones, sino también en salidas laborales -propuesta que viene de agentes externos- para jóvenes de sectores subalternos que priorizan lo verde, a través de la venta de diferentes variedades de plantas, principalmente aromáticas. Como fue el caso hace unos años del *Programa Todo Verde, Todo de Color* llevado a cabo por la provincia, desde la Agencia Córdoba Joven, donde uno de los objetivos contaba con realizar construcciones ambientales desde materiales reciclables por parte de jóvenes de diferentes escuelas para recuperar y mejorar espacios públicos. Lo lindo, lo bello, lo que huele bien, forma parte de este nuevo mandato de ser ecológico cueste lo que cueste. Ladrillos de basura levantan espacios de encuentros, que quedan bajo llave, que necesitan ser cuidados. Las estructuras que se levantan con este tipo de materiales, por lo general se tapan con placas de yeso laminadas, que se conocen como durlock, sin embargo no todos los ladrillos reciclados se tapan de igual manera, sino que en algunas paredes se dejan espacios que expongan los materiales reciclados, para que puedan ser vistos y apreciados. ¿Qué nos muestran estos eco-muros? ¿Que presentan ante nuestra mirada, un poco atolondrada, ciega del brillo de un lugar ideológico puesto en juego, donde las disposiciones de los sujetos están delimitadas y cada quien ocupa un lugar en esta trama de ensueño? Ensueño donde justamente es que: ¡qué bueno que no hay desecho!, que todo sea recuperable, reciclable, re, re, re... no para, como el discurso capitalista. Las tres imágenes que siguen nos indican uno de los caminos sin fin de lo reciclable, tanto produciendo el espacio urbano cordobés contemporáneo como la circulación frenética del discurso publicitario sobre lo eco-friendly en las redes sociales, que caracterizan la ¿in-detenable? cultura de la conectividad actual.

Método [...]: montaje literario. [...] Nada que decir. Sólo mostrar. No hurtar ahí nada valioso, ni hacerse con las ideas más agudas. Pero los harapos, los desechos, eso no es lo que hay que inventariar, sino dejar que alcancen su derecho de la única forma en que es posible: a saber, empleándolos (Benjamín, 2005).



Bibliografía

- Benjamin, W. (2005) *Libro de los Pasajes*. España. AKAL.
- Lacan, J. (21 de octubre de 2016) Conferencias en las universidades norteamericanas. *Revista Lacaniana*, (21). Recuperada de: <http://www.revistalalunula.cieccordoba.com.ar/>
- Fiennes, S., Holly, K., Rosenbaum, M., Wilson, J. (productores) y Fiennes, S (directora). 2012. *La Guía Perversa de la Ideología* [documental]. Reino Unido. Coproducciones Reino Unido-Irlanda.

IMÁGENES TURÍSTICAS DEL NOROESTE DE CÓRDOBA: LA VISUALIDAD EN EL CENTRO DEL DISPOSITIVO PUBLICITARIO

Castro, Julián Francisco

CIECS-CONICET y UNC / juliancst@gmail.com;

Juarez Marco, Agustina

FCC - UNC / juarezmagustina@gmail.com

Vaccaro, Natalia Desirée

CIECS - CONICET y UNC / natyvaccaro@gmail.com

Palabras claves: turismo; noroeste; dispositivo publicitario; imagen; experiencia

Este trabajo se propone abordar el lugar central que un tipo de experiencia visual, tiene dentro del dispositivo publicitario a partir del cual el gobierno de Córdoba intenta posicionar a la provincia como destino turístico. Particularmente no referiremos a destinos de la región noroeste de la provincia. Por lo cual también indagaremos en las políticas de regionalización, que resultan un primer indicio de la apuesta al turismo como factor de desarrollo local y sustentable.

En el contexto de esa apuesta, local y sustentable, la elaboración de imágenes identificatorias de los destinos se convierte en un objetivo central de la política turística. Veremos cómo los productos comunicacionales propios de esta última dejan traslucir ese interés por las imágenes. Lo visual, será nuestra llave de acceso a estas políticas turísticas, en su dimensión comunicacional, en relación a un eje clave que las atraviesa: la regulación, y la producción misma, de la sensibilidad. Por lo tanto argumentamos a favor de una postura de análisis benjaminiana que nos permite abrir aquello que parece tan inmediato y a su vez inescrutable: los sentidos, en este caso la vista.

Introducción

En el marco de la desindustrialización (Svampa, 2004) y la tercerización de la economía, que signó década de 1990, la actividad turística como parte de este sector terciario se reconfiguró a partir de los cambios del mundo del trabajo en el que giraba su práctica masiva: “La

mayor flexibilización laboral incide en la forma en que se tendrá acceso al tiempo libre, dando lugar a una mayor fragmentación del mismo” (Bertoncello, 2006: 329). Esta transformación económica pone de relieve, como lo marcan los textos de la Ley Nacional de Turismo 25.997 y del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) del año 2005, al turismo como promotor del desarrollo socioeconómico local sustentable, en el marco de esta reconfiguración productiva. Así, búsqueda de atractivos para un público heterogéneo y fragmentado “...va transformando a todo el territorio en potencial destino turístico” (Bertoncello, 2006: 332).

En este trabajo retomaremos una política pública que establece una estrategia que pondera la microterritorialidad como modalidad de gestión y desarrollo posible y deseable de las regiones: el desarrollo turístico. Este posee un fuerte sentido territorial porque el crecimiento/cambio/mejora se emplaza en, se vincula con, y transforma la vida de comunidades en algún lugar, es decir se ancla en racionalidades y emocionalidades específicas. La producción del espacio-territorio no solo atañe al “orden de las piedras” (Sennet, 2007) sino también a los esquemas de inteligibilidad de la ciudad: aspectos que involucran a la estructura de la experiencia, “...construcciones que permiten dar cuenta de las formas de regulación social de aquello que afecta y los modos de afectación en el espacio/tiempo de la experiencia viviente” (Boito, 2010). Lo bello, pero también lo original y lo sustentable se buscan articular sin conflictos en el circuito turístico, que parece decidirse por la labor de elaborar imágenes-símbolo (Korossy y Dias e Cordeiro, 2014) para su distinción como destino.

Proponemos abordar esta articulación de signos y territorio a partir de lo que reconocemos como dispositivo publicitario (Boito, Espoz y Michelazzo, 2015) construido, en este caso por la Agencia Córdoba Turismo. Lo decisivo de este último punto es que la producción espacial también incluye la producción semiótica de esquemas y mapas de inteligibilidad. Por lo que el dispositivo publicitario se va a orientar a responder preocupaciones sociales surgidas en el mismo proceso social del que es parte, como materialización semiótica. Nos interesa mirar la producción de sentido que desde el Estado Provincial se genera en torno a las ofertas turísticas de la región turística noroeste, específicamente: “Reserva Natural Chancán”, “las cuevas de Ongamira” y “los túneles de Tamingá”. Para ello retomaremos productos comunicacionales, principalmente audiovisuales, y la sección noreste de la página web de la agencia.

Vemos cómo en estos productos comunicacionales surge como un elemento relevante el lugar de la imagen, en tanto organización de elementos visuales que construyen una realidad posible/ deseable. Existe un fuerte vínculo entre la promoción de las ofertas turísticas y la

preeminencia de la experiencia visual; las imágenes y lo visual se enlazan en productos turísticos que, a la vez que se ofrecen a la vista, moldean la mirada

La regionalización de las políticas turísticas en Córdoba

Como ya dijimos, en este trabajo nos proponemos abordar los productos comunicacionales y la publicidad oficial producida por la Agencia Córdoba Turismo, órgano dependiente del Gobierno de la Provincia, sobre tres particulares ofertas turísticas: “Reserva Natural Chancaní”, “las cuevas de Ongamira” y “los túneles de Taninga”. Estas tres ofertas se encuentran en el noroeste de la provincia de Córdoba y conforman, junto a otras regiones, las zonas que aborda el *Plan Estratégico de Turismo Sustentable* (PETSCba2017). Esta propuesta de la provincia elaborada en el año 2017 retoma la delimitación propuesta por La *Ley de Regionalización Turística de la Provincia de Córdoba N° 10.312/15*, en la que se define que el Área Noroeste incluye el territorio que ocupan los Departamentos Pocho, Minas y Cruz del Eje.

El Área Noroeste aparece como un lugar “ideal para disfrutar de actividades al aire libre”. Las tres ofertas turísticas seleccionadas aparecen como opciones destacadas donde vivir esa experiencia. La Reserva Natural Chancaní aporta la “observación de fauna, caminata y cabalgatas” en la zona y las Cuevas de Ongamira las “inigualables esculturales naturales”. Los Túneles de Taninga aportan la cuota histórica en la zona: una serie de túneles construidos en 1930 que une la provincia de Córdoba con La Rioja, que combina la obra civil de principios de siglo con el paisaje.

En la selección de imágenes y postales que conforman las publicidades convergen el plano aéreo con planos cortos. Tanto en la página web, como en los videos elaborados por la Agencia para la promoción turística del invierno 2019, podemos encontrar producciones de 6 segundos focalizadas en las distintas Áreas de Córdoba que funcionan como atracciones turísticas. Entre ellas, aparecen los planos correspondientes a las atracciones que seleccionamos para nuestra investigación, acompañadas de el slogan de campaña “Llenate los ojos, llenate el alma”.

Lo visual como perspectiva privilegiada en lo turístico

John Berger remata su serie *Modos de Ver* abordando las imágenes publicitarias para concluir que “La publicidad no es simplemente simplemente un conjunto de mensajes

que compiten: es un lenguaje en sí que siempre se utiliza para una misma propuesta general” (Berger, 2016: 131). Las imágenes publicitarias con las que nos topamos todos los días en constituyen ya un lenguaje, en el que Berger identifica la realización de varias necesidades de la sociedad capitalista. Nos detenemos aquí, sin profundizar en el análisis sustancial de Berger, para recuperar esta primera noción: el lenguaje realiza, hace, performa. Y podemos seguir al hilo de este interés por las imágenes publicitarias, puesto que es en el lenguaje de la publicidad donde los destinos se posicionan como destino turístico.

De la advertencia de Berger podemos recuperar que en ningún caso, al tomar las fotografías o las vistas que componen nuestro caso de análisis, estas van a revelar un mensaje comprensible por sí mismas, un sistema cerrado. Sino que cada imagen, cada fotografía remite a otra, y también remiten a ciertas reglas, cierto juego de lenguaje en el que se inscriben.

El sentido de este trabajo es indagar el rol de la imagen en la construcción de un discurso que va a brindar respuestas que orientan las intervenciones y transformaciones de la ciudad en un sentido y no en otro. El desarrollo de imágenes, en el marco de un Dispositivo Publicitario, es estratégico para los capitales privados ya que es uno de los elementos que utilizan para ontologizar diversas modalidades deseables de habitabilidad que ofrecen como paquetes cerrados adquiribles para cada individuo.

En el presente resumen expondremos el caso que será objeto de estudio, la hipótesis de trabajo y las estrategias teóricas y metodológicas propuestas para abordarlo; el análisis y las consideraciones sobre este formarán parte del trabajo completo.

Retomamos esta noción de dispositivo de Agamben porque nos permite acceder al análisis de la publicidad en tanto herramienta de regulación de la sensibilidad (Boito, Espoz, Michelazzo, 2015). Así, es posible pensar al dispositivo publicitario como un administrador de las experiencias.

En este marco la imagen adquiere un rol fundamental en la medida en que su producción se da a partir de la organización de elementos visuales que generan una realidad posible/deseable e instauran modos dominantes de percepción. Para reflexionar en torno a la producción de imágenes, en relación a la regulación de la sensibilidad y a la intervención en el espacio urbano, retomamos algunos elementos de la propuesta de estética de Walter Benjamin en la que se sustenta la noción de urbanismo estratégico. Así, nos parece pertinente mencionar el análisis de Susan Buck Morss (2005) sobre el concepto benjaminiano de fantasmagoría que, describe la apariencia de la realidad que engaña a los sentidos por medio de la manipulación tecnológica. De este modo, la experiencia

contemporánea, se traza en ese campo que organiza los sentidos de los sujetos y su participación social a partir de una particular forma de sociabilidad que se produce en la ciudad. La construcción de entornos de ensueños está en la base de dicha sociabilidad y su creación parte de la saturación de imágenes que generan una experiencia anestésica producida a través de la inundación de los sentidos que, al ser percibidos como una totalidad por los sujetos, adquiere carácter de objetividad (Buck Morss, 2005). En este marco la imagen publicitaria funciona como una manera de construir fascinación y una forma de vida futura, envidiable y deseable (Sontag, 2011).

Bibliografía

- Agambem, G. (2015). *¿Qué es un dispositivo? seguido de El amigo y de La Iglesia y el Reino*. España: Anagrama
- Berger, J. (2016). *Modos de Ver*. Madrid: GG.
- Benjamin, W. (1999). *Poesía y Capitalismo. Iluminaciones II*. Taurus: Madrid
- Buck Morss, S. (2005) *Walter Benjamin, escritor revolucionario*. Buenos Aires: Interzona Editora.
- Sontag, S (2011). *Sobre la fotografía*. Madrid: Contemporanea
- Sennet, R. (2007) *Carne y piedra: el cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*. Madrid, Alianza Editorial.
- Triquell, A (2015), *Hacer (lo) visible la imagen fotográfica en la investigación social* ISSN 1021-1209 [PDF]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72946471009>

Corpus de análisis

Campaña audiovisual “Llenate los ojos, llenate el alma. Invierno 2019.”

https://www.youtube.com/watch?v=KG8ErlDv_vA

<https://www.youtube.com/watch?v=0BQSPd-sPIE>

<https://www.youtube.com/watch?v=2cRiv3vgT3g>

<https://www.youtube.com/watch?v=PNeYtbVtrcA>

<https://www.youtube.com/watch?v=mvkAhCrE8TM>

Beso a beso, otoño en Córdoba: <https://www.youtube.com/watch?v=VqQaITGcdU0>

“Noroeste” en Página web Agencia Córdoba Turismo:

<https://www.cordobaturismo.gov.ar/region/noroes>

MOVIMIENTOS Y ORGANIZACIONES SOCIALES DESDE UNA PERSPECTIVA COMUNICACIONAL PARA LA AMPLIACIÓN DE DERECHOS

Carlosena, María Angélica

DCC - FCH - UNRC / mcarlosena@yahoo.com.ar

Palabras claves: incidencia; cambio socio-cultural; política pública; posibilidades

Lo que se entiende por Comunicación para la incidencia

La perspectiva teórica de la *Comunicación para la incidencia* comienza a tomar fuerza en los últimos tiempos como instrumento que permite explicar y reflexionar sobre procesos y prácticas colectivas emergentes en las organizaciones y movimientos sociales que tienen lugar en los contextos actuales de nuestros territorios. Algunas configuraciones sociales y políticas actuales llevan a la búsqueda de construcciones colectivas de sentidos entre los sujetos en torno a temáticas diversas vinculadas a los territorios donde habitan, a cuestiones culturales, económicas, ambientales, etc. todas ellas tienen como denominador común la reivindicación y ampliación de los derechos ciudadanos en la necesidad de mejorar su calidad de vida.

En este proceso emprenden acciones colectivas en el espacio público para visibilizar y sensibilizar sobre sus demandas y también para expresar sus propuestas de cambios con el fin de articular con otros ciudadanos y colectivamente participar activamente en la elaboración de las políticas públicas que definen los parámetros del desarrollo de la sociedad. Así se pone énfasis en los cambios socioculturales, comunicacionales y políticos en el espacio público (Cicalese, 2013).

Esta perspectiva de la Comunicación para la incidencia se enmarca, a su vez, en lo que se denomina *Comunicación para el cambio Social* entendida como “un proceso de diálogo público y privado a partir del cual las personas deciden quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y cómo pueden administrar colectivamente para alcanzar sus metas y mejorar sus vidas. Utiliza el

diálogo para llegar colectivamente a la identificación de problemas, la toma de decisiones y la implementación de soluciones respecto del desarrollo de la comunidad. El cambio social se puede definir como un cambio positivo en las vidas de las personas, tal y como ellas definirán dicho cambio”. (Parks et al, 2005, en Zapata, N., 2018).

Ambas perspectivas, la comunicación para la incidencia y la comunicación para el cambio social, no son nuevas en su totalidad. Se trata de propuestas que integran elementos de perspectivas anteriores del campo de la comunicación como la comunicación comunitaria, popular o alternativa. Los enfoques actuales ponen el énfasis en hacer dialogar aquella tradición teórica, con fuerte intencionalidad política, con los nuevos procesos de incidencia política, con la participación y la toma de decisiones por parte de la sociedad sobre qué tipo de transformaciones y comunicación necesitan para mejorar sus condiciones de vida.

Sistematización de prácticas de comunicación para la incidencia

Muchas prácticas sociales atravesadas por procesos de comunicación para la incidencia en el espacio público pueden estar naturalizadas, poco visibilizadas o identificadas. De allí que resulta de interés reconocerlas, comprenderlas en su complejidad junto a las condiciones de posibilidad que las atraviesan.

Desde la formación de posgrado y la actividad como docente-investigadora en el ámbito universitario se está llevando adelante una construcción de una metodología orientada a la sistematización de las acciones de comunicación con voluntad de incidencia pública. Se busca comprender qué buenas prácticas comunicacionales, en términos de procesos y resultados, han implementado algunas organizaciones en su trayectoria. Al mismo tiempo, se releva el contexto de actuación de las organizaciones, sus características constitutivas y distintivas, de modo de poner en diálogo con las buenas prácticas de comunicación identificadas.

Se espera que con el conocimiento acumulado en estas sistematizaciones sea posible la construcción de nuevos conceptos que aporten sugerencias, basadas en la experiencia, respecto de la forma de actuación que los colectivos sociales tienen en la atención de problemáticas vigentes. De este modo, la puesta en circulación del conocimiento generado puede ser compartido con otras organizaciones, que en contextos similares, pudieran replicar algunas de las prácticas de comunicación cuando se tiene la vocación de incidencia pública.

A continuación se exponen algunas primeras reflexiones de aspectos que conforman los procesos de comunicación para la incidencia principalmente en un grupo de

organizaciones y movimientos sociales de la ciudad de Río Cuarto, tales como: la Asamblea por un Río Cuarto sin Agrotóxico, la Mesa por la Diversidad, Centro Cultural Muleto Mulé y la Asociación Civil Los Gigantes.

Las organizaciones mencionadas responden a dos tipos: las que defienden causas generales y las que se dedican a la intervención social ocupadas en desarrollar actividades en poblaciones específicas. Es decir, las acciones de incidencia se pueden relacionar con los intereses en torno a la promoción de derechos más universales (como los ambientales o los de Género), o bien a la promoción de un derecho en particular en una población también particular (como la inclusión social de sectores juveniles vulnerables de una comunidad determinada).

Las buenas prácticas de comunicación para la incidencia son sistematizadas atendiendo tanto a las que van dirigidas a la visibilización y sensibilización de la problemática hacia toda la sociedad, como aquellas que buscan instalar la temática en las agendas de gobierno para que formen parte de la elaboración de las políticas públicas.

Algunas reflexiones preliminares de los estudios en curso

La incidencia se ve favorecida en el armado de una red de contactos, facilitada por la tecnología digital, como forma de armado político en un marco democrático.

Las estructuras organizativas flexibles, abiertas, adaptativas, dinámicas, multiactorales y multidisciplinares aparecen como las más propicias para los procesos de incidencia porque hay variedad de saberes y una vocación compartida de cambio en defensa del bien público y colectivo.

De la interacción de los diferentes actores emergen las posibilidades relacionadas al orden social, a los vínculos con el poder y a la toma de decisiones con participación social.

La acción colectiva de cambio concreto tiene lugar muchas veces a nivel micro, pero ésta acción obtiene mayores posibilidades cuando las condiciones (políticas, económicas, sociales, culturales) a nivel macro son favorables.

La incidencia tiene mayores posibilidades en aquellas organizaciones que tienen determinadas condiciones/capacidades y vocación o intencionalidad política de producir cambios sociales.

La acción colectiva parte de un tema específico pero en su gestión promueven otro tipo de ejercicio de la ciudadanía, nuevas formas de entender y hacer política, de conformar el tejido social, la participación en el espacio público,

el debate sobre el bien común, la defensa y ampliación de nuevos derechos, el uso de las nuevas tecnologías, la creación de formas discursivas innovadoras, la interpelación al ejercicio del poder hegemónico, etc, etc.

La política, desde su manifestación cotidiana predominante, aparece centrada en el Estado y desde ahí se dialoga con la sociedad. En la realidad surgen reivindicaciones de participación social y política en forma de nueva cultura política sustentada en la participación, la solidaridad y la voluntad general, en una democracia participativa. Las OS reclaman otro ejercicio de la política por fuera de lo político institucional. Desde la sociedad hacia el Estado que aparece como ejecutor de las ideas que parten desde la sociedad. Así emergen subpolíticas que buscan desmitificar las relaciones de poder.

Las condiciones de posibilidad de incidencia de las organizaciones sociales varían en función de los climas de época determinados por las tensiones/interpelaciones entre las problemáticas planteadas por las OS y la actuación del gobierno de turno en relación al modelo político seguido y el tipo de sensibilización que tenga de las reivindicaciones/ampliaciones de los derechos ciudadanos.

La movilización y presión social visibilizadas en el espacio público aparecerían como uno de los elementos que tienen las OS para lograr cambios parciales en las decisiones de los gobiernos.

La sola incidencia para llegar con las temáticas a la agenda de gobierno no implica los cambios buscados. De allí la necesidad de adquirir competencias para tener participación e incidencia en otras fases del proceso de las políticas públicas tales como su implementación, mantenimiento, control y evaluación de las mismas.

La incidencia tiene en el conocimiento/saber y en su divulgación/visibilización/ sensibilización, una significativa herramienta para la transformación de la sociedad.

En la incidencia prima una racionalidad social basada en juicios de valor y prioridades relacionadas a la calidad de vida y el bien común. Se diferencia de otras racionalidades como la científica/técnica que, por ejemplo, busca la eficiencia económica en la producción de riquezas.

Las formas discursivas usadas tienden a conformar identidades entre los diferentes grupos que interactúan en el espacio público y esto lleva a posiciones sociopolíticas claves que a veces suelen ser confrontadas. La argumentación de las acciones que llevan adelante las OS fundamenta el propósito de la incidencia que se busca.

Hasta aquí se han esbozado algunas reflexiones acerca

de las características que parecen ir adquiriendo la acción colectiva de incidencia pública llevada a cabo por algunas organizaciones y movimientos sociales. Aspectos estos que se espera seguir ampliando y profundizando con posteriores sistematizaciones, siempre con el compromiso con un conocimiento de la comunicación sensible a las demandas sociales de mejores condiciones de vida.

Bibliografía

Carlosena, Maria A. (2017). Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales “Comunicación, organizaciones sociales e incidencia en políticas públicas. Condiciones de posibilidad de un modo asambleario local desde el estudio de casos”. UNRC

-Cicalese, G. (2013). “Comunicación para la incidencia”. La crujía. Bs As.

Zapata, N. (2018). “Aportes de la comunicación en experiencias de incidencia de organizaciones que promueven derechos en ámbitos de privación de la libertad en la Pcia. De Buenos Aires”. Universidad Nacional de Quilmes.

TURISTIFICACIÓN, CONSUMO Y LA PRODUCCIÓN DEL ESPACIO-LUGAR COMO EXPERIENCIA MERCANTILIZADA EN MARULL, CÓRDOBA

Cazzolli, Agustín

SECYT - UNC / agustincazzolli1990@gmail.com

Fernández, Esteban

CIECS - CONICET/ esteban0912@gmail.com

Palabras claves: turismo; marca País; planes estratégicos; comunicación; políticas públicas

La orientación que atraviesa la política argentina en relación al turismo en los últimos 20 años, puede

encontrar uno de sus impulsores en las políticas nacionales de la Estrategia Marca País (en adelante EMP). Además de la tendencia ya internacional que toma el turismo como promotor fundamental del crecimiento socio-económico de los países, regiones y localidades, éste tipo de estrategia da espacio al *citybranding* como lógica de reconfiguración y adaptación de los territorios como oferta turística. En nuestro país, la implementación de ésta estrategia se establece entre su anuncio en el año 2005, luego el Decreto No 1297/2006, que da lugar al lanzamiento del isologotipo y el manual de uso y estilos de la marca identificadora de la Argentina, que será luego aprobada en el Decreto 1372/2008 con el objetivo de “homogeneizar la imagen Nacional en el Mundo”. También coincide éste período con la creación de las entidades estatales que regularán y coordinarán los esfuerzos de la promoción del país como marca: el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) creado en el año 2005, que cobra el estatuto de Ministerio de Turismo de la Nación en el Decreto 919/2010. En el caso de la Provincia de Córdoba, los actores claves en el desarrollo y promoción de la actividad fueron la Agencia Córdoba Turismo, y la Secretaría de Turismo de la Provincia.

Entre las políticas impulsadas, la EMP es la encargada de desarrollar la imagen de marca. Ésta, desde lógicas del marketing y la publicidad, se orienta a lograr interesados en visitar o consumir el producto (turístico), como también fomentar las inversiones en el sector y mejorar las exportaciones del país. Es decir, a nivel país actúa como identificador⁵⁴ ‘paraguas’ de todas sus producciones, con el objetivo de incidir en el proceso de toma de decisiones de la población objetivo (Echeverri Cañas, Estay-Niculcar; 2013).

Además de la estrategia de branding -marca país-, se aplican otras políticas nacionales y provinciales, como lo son el Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Córdoba (PETS)⁵⁵ y el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS),⁵⁶ que regulan el sector y los actores que lo componen. Por otro lado, en estos planes se establece la regionalización de los territorios, a partir de la cual se configuran las políticas y reparticiones responsables (nacional y provinciales), y modos de intervención en el espacio. Es en éstas, que se sitúa a Marull como parte de la región turística del Mar de

Ansenuza, situada al noreste de la ⁵⁷ provincia.

Turismo, valor y signo

El turismo puede analizarse en dos líneas diferentes: siguiendo la categorización de Almirón (2004), tenemos aquellos enfoques clásicos que lo analizan desde la tríada demanda-oferta-consumidor (el lugar de origen de los turistas, el lugar de recepción, y los sujetos que se desplazan entre uno y otro), además del análisis de los flujos, las regiones y los circuitos que se establecen. Y por otro lado, contamos con enfoques de la perspectiva crítica, que lo analiza como una práctica social que posee implicancias territoriales específicas. Es en este segundo sentido que nos interesa tomar el concepto elaborado por Urry y Lash: fabricación del lugares. Su potencia radica en explicar cómo, a partir de la desaparición de ciertas actividades, hábitos o rituales que dan lugar a la existencia de la cultura -experiencia vivida-, se produce una separación entre las prácticas y lo cultural, que a partir de allí pasa al terreno de la mediación o mediatización. Según Urry (1996), esto tiene sus orígenes en la separación dada hace más de un siglo: entre el trabajo y el ocio.

Desde esta perspectiva se propone que, para que determinadas prácticas culturales, objetos, o incluso la naturaleza misma, puedan constituirse en signo y ser susceptibles de ser producidos como mercancías, debe existir esa separación que convierte lo cotidiano y rutinario en objeto. Y, dado que dicha transformación parte de una separación entre la práctica y sus vivencias (experiencia), la configuración del valor de cambio sólo puede establecerse como signo. Es decir, la capacidad de atraer de una mercancía turística reside en su capacidad de referir a algo que potencialmente ya no existe. En ésta misma línea es que Analía Almirón señala, con Urry (1996), que los turistas se desplazan en búsqueda de significantes y signos ‘preestablecidos’, que derivan de los discursos que operan socialmente en relación al viaje y al turismo. De ahí que la estructuración de los diferentes lugares y los recorridos, se constituyen como ‘circuitos experienciales’ que dinamizan las particularidades de lo cultural, la historia, la naturaleza, para convertirlo en un sistema de experiencias mercantilizables, aptas para el consumo turístico (Peixoto, 2011). Para abordar el análisis del desarrollo turístico, cuyas políticas atraviesan lo local, la cultura y la historia de los territorios, será clave la noción de valor en torno a la cual se configuran -fabrican- los distintos lugares/espacios como mercancías. Por su parte, Debord desarrolla la noción de espectáculo (1995) que nos ayuda a enmarcar el modo de ser de las mercancías turísticas devenidas en imágenes.

54 Decreto 1372/2008: “isologotipo que permitirá homogeneizar la imagen Nacional en el Mundo”.

55 Depende de la Agencia Córdoba Turismo y data del año 2007. Actualmente se está trabajando en una actualización desde el año 2017, aún no publicada.

56 Tiene por objetivo sentar las bases para el desarrollo de la industria turística hacia el año 2025. En ese afán sienta las bases para que efectivamente se genere un crecimiento del sector.

57 Decreto de la Provincia de Córdoba 552-86.

El turismo y la configuración de mercancías en Marull

El caso particular de la localidad de Marull, nos permite pensar en éste sentido la manera en que se reconfigura la matriz socio-productiva de un lugar situado en el tendido de las vías del ferrocarril, en zona de campo y tambos, hacia una economía que comienza a considerar la necesidad de establecer el turismo como parte de su desarrollo. En contexto de políticas nacionales y provinciales (en particular la regionalización del PET) que sitúa a la localidad dentro del circuito turístico de la región de Ansenúza, y se observa la preocupación municipal por la producción de éste tipo de mercancías.

Uno de los productos analizados, en éste caso, es el Museo Municipal de Marull, que funciona desde el 13 de agosto el año 2005 y se encuentra ubicado en la vieja estación de ferrocarril de la localidad. En sus instalaciones cuenta con salas que responden cada una a una temática distinta: los pobladores pioneros, recuerdos de los distintos comercios, fósiles, etc. La intencionalidad de este espacio es resguardar todo lo que ellos consideran que debe ser recordado por el los pobladores y conservarlo a lo largo del tiempo.

También nos encontramos con el desarrollo del Certamen Nacional de Asadoras Argentinas: éste evento previamente se realizada en la localidad de El Manzano pero luego de un acuerdo comercial con el propietario de los derechos de esa fiesta, se lleva a cabo en Marull desde el año 2016. Se constituye, según el propio Secretario de Producción y Turismo, como la fiesta más importante del pueblo y cuenta con participantes de todo el País. No solo se realiza un certamen en que cada equipo de asadoras es evaluado por un jurado, sino que además los asistentes pueden comer de la propia preparación de los equipos.

Otro punto destacado de cómo se identifica la localidad en su oferta, es el Eco Turismo: a partir de las regionalizaciones que establecen los planes federales y provinciales de turismo, podemos decir que es la actividad por la cual se destaca no solo a Marull sino a toda la región dada a llamar Mar de Ansenúza. En este sentido se destaca la Laguna Mar Chiquita como el espejo de agua salada más importante de latinoamérica y un entorno poblado de *eco-tonos*, es decir distintos ambientes con variada biodiversidad. Según la propia información que brinda la gestión del municipio, las actividades ecoturísticas posibles a ser realizadas son: pesca deportiva, navegación, cabalgatas, cicloturismo y senderismo.

Tanto en la antigua estación de trenes, que ya no funciona como tal, como el espacio natural (Mar de Ansenúza y zonas aledañas) y la producción de festivales como ritual de encuentro, vemos que se parte de una separación a partir del devenir local, como lugar de producción en una configuración particular del capitalismo argentino, hacia

otra configuración productiva cuyo valor de cambio adopta la transformación del local en mercancía turística. Como modelo de gestión pública, nos encontramos con la presunción *a priori* del desarrollo del mercado “como la solución central de los problemas urbanos en lugar de su principal problema” (Sequera, 2015). Las políticas derivadas de éstas perspectivas desarrollistas (Almirón, Bertoncello, Kupper; 2008) implican la producción de mercaderías y circuitos turísticos que se sostienen en la revalorización selectiva de, en éste caso particular, una estación de trenes -devenida Museo-, de la naturaleza -devenida ocio y entretenimiento- y de un ritual de encuentro -Encuentro de Asadoras- como elementos patrimonializados. Entre éstos, la recuperación de infraestructura en estado de deterioro u obsoleta como la estación de trenes, representa uno de los ejemplos más claros de ésta separación que nos permite constituir lo que fue experiencia vivida en ahora mercancía cultural.

Bibliografía

- Almirón, A. (2004). "Turismo y espacio: aportes para otra geografía del turismo". GEOUSP: *Espaço e Tempo*. 16,166-180.
- Almirón et all. (2008). "El turismo como impulsor del desarrollo en argentina. una revisión de los estudios sobre la temática". *Aportes y Transferencias*, 12(1), 57-86.
- Bertoncello, R. (2002). "Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas, Aportes y Transferencias: tiempo libre, turismo y recreación". 6(2), 29- 50.
- Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca.
- Espoz, M. B. (2016). "Apuntes sobre el turismo. La regulación del disfrute vía mercantilización cultural". *Revista CHASQUI, CIESPAL*. 133, 317- 334.
- Estay-Niculcar, C., Echeverri-Cañas, L. y Rosker, E. (2013). "El rol del turismo en la consolidación de la marca país de Argentina". *Visión de Futuro*, 17, 186-199.
- Peixoto, P. (2011). "O patrimônio revela o mundo como ele é". *CEAMA*, 7, 228-232.
- Sequera, J. (2015). "A 50 años del nacimiento del concepto de 'gentrificación'. La mirada anglosajona". *Biblio3w*, 20(1).1127.
- Urry, J. (1996). *O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. San Pablo: SESC y Studio Nobel.

IDENTIDADES LABORALES EN DISPUTA: ESTRATEGIAS NARRATIVAS EN EL ESPACIO PÚBLICO

Brusa, Mayra Alejandra

FCC - UNC / mayrabrusa@gmail.com

Varas, Claudia Soledad

FCC - UNC / claudiavaraslu@gmail.com

Palabras claves: comunicación; colectivo; sentidos; autonarraciones-heteronarraciones; trabajo-trabajadores; reconocimiento; organización; visibilidad; identificación-desidentificación

Nuestra ponencia resume el trabajo de campo realizado con la Cooperativa de Carreros y Recicladores “La Esperanza Ltda.” durante 2014-2017; ampliado en el trabajo con el equipo de investigación *Emergentes Laborales II. Praxis comunicativa y resistencias en los bordes de organizaciones y redes de autogestión laboral*; del que formamos parte desde 2017.

Nuestro trabajo, pretende constituirse como un aporte teórico-analítico que abone a una reflexión sobre cómo los colectivos de trabajo excluidos del trabajo formal y de la legislación laboral vigente -como el caso de los trabajadores carreros-, irrumpen en el espacio público (EP) con sus autonarraciones, mediadas por los recursos y la tecnología a su disposición.

Consideramos que los colectivos de trabajo autogestionados, condensan en sus *autonarraciones* estrategias comunicativas que construyen para *disputar sentidos*, con la intención de reducir las diferencias entre las identidades heteroasignadas, y las identidades con las que procuran ser reconocidos. Es decir, los trabajadores ejercen, en términos de Hannah Arendt (2009) su derecho a aparecer; deviniendo estas prácticas y narrativas en el (continuo) proceso de conformación de sus identidades laborales narrativas.

Por lo expuesto, el EP resulta, en términos de Voloshinov (1976), una arena de luchas, donde los trabajadores ponen en tensión los modos de identificación propuestos por otros actores y colectivos con los que discrepan. *Otros*, que producen y motorizan lo que hemos denominado *heteronarraciones*.

Nos propusimos analizar e interpretar, para reflexionar sobre estas líneas teóricas, el proceso de construcción de las identidades laborales narrativas de la cooperativa “La Esperanza Ltda.”, mediante los sentidos disputados en el EP; considerando el período de tiempo 2014-2017.

Específicamente recuperamos las estrategias y prácticas empleadas para generar autonarraciones, que construye La Esperanza en el EP, interpretando los modos de identificación que se proponen tener. Retomamos las heteronarraciones con las que la cooperativa disputa sentidos en el espacio público tecnológicamente mediado (EPTM), para reconocer los sentidos atribuidos de los que desean des-identificarse. Interpretamos las disputas de sentido entre la Esperanza y los *otros* actores institucionales, a la luz de las narrativas que ambos producen.

Para analizar lo expuesto, nos valimos de un corpus conformado por los datos primarios, que obtuvimos durante el período 2014-2017; de las autonarraciones de La Esperanza, obtenidas de las publicaciones de la página de Facebook, plataforma audiovisual propia y la página web que administra la Cooperativa; de las voces de los asociados obtenidas de segunda mano a través de medios de comunicación en sus plataformas digitales. De esta manera, fue posible recuperar información relevante para delimitar los principales actores institucionales con los que se disputan sentidos en el EP, ya que La Esperanza los incluye con frecuencia en sus narrativas. Y por último, las heteronarraciones del Estado y Sin Estribo disponibles en diferentes plataformas digitales, audiovisuales y periodísticas. Se exploraron, además, las redes sociales Institucionales de estos actores.

Tomamos como base teórica y guía para esta investigación a la *Comunicación* como instancia que posibilita que los sujetos logren re-significarse; posibilita redes de intercambio de sentidos entre agentes sociales (en contextos determinados). Permite a su vez producir nuevos sentidos y con ello, re-significar aquellos que no representan los intereses de los trabajadores. En este sentido, cuando los sujetos generan sus propias narrativas y generan un intercambio social, conforman su identidad.

Esta lectura nos llevó a preguntarnos cuál era la respuesta de estos *trabajadores* ante esta condición de *exclusión*, qué estrategias se daban para revertir los recurrentes calificativos degradantes, con qué recursos contaban para *disputar* las identificaciones no deseadas, y qué soportes comunicacionales empleaban en el camino hacia la *desidentificación* y *resignificación* transitado. En definitiva, nos resultó interesante pensar qué lugar ocupaba la comunicación en este entramado de sentidos contrapuestos, que tienen injerencia en el *quiénes somos* como colectivo organizado, que constituye y consolida identidades al interior de la organización al tiempo que

visibiliza La Esperanza en el espacio público. Fue tratar de comprender con qué objetivo luchaban como cooperativa, cuál era su horizonte identitario; y reflexionar sobre el rol de *lo colectivo* en sus resistencias, en su lucha por *no ser* marginados y en la historia general de la organización. Qué narraban sobre sí mismos y respecto a su labor; y en este mismo sentido, preguntarnos si acaso estaban dejando por fuera de esas narrativas otros aspectos identitarios.

Para responder a estos interrogantes hicimos un recorrido por las estrategias que generaron para posicionarse en el EP y reconstruimos el camino trazado para ser reconocidos como trabajadores legítimos. Abordamos el proceso por medio del cual, los miembros de la cooperativa arribaron a lecturas de sí mismos que posibilitaron un autoreconocimiento de su identidad colectiva; que luego plasmadas en sus autonarraciones, permitieron diferenciarse de otras cooperativas y movimientos.

Identificamos que muchas de las estrategias de comunicación empleadas estaban enfocadas en dos aspectos centrales: por un lado, mostrar un modo de identificación opuesto al de esos *otros*, neutralizarlos de algún modo; y por otro lado, en esa misma línea, construir una imagen del carrero en términos positivos.

Ahora bien, dentro del beneficio en términos de dignidad y legitimidad que trae aparejada la autonarración en términos positivos, en el caso de La Esperanza, en tanto *servidores urbanos*, nos parece interesante preguntarnos qué lugar ocupa la *identidad carrera* en esta narrativa identitaria incipiente? Más aún, nos preguntamos si los trabajadores de La Esperanza siguen sintiéndose identificados *como carreros* cuando *se dicen* servidores urbanos.

Postulamos que, para la Esperanza, estar organizados, articular con otras organizaciones, nombrarse y hacer valer su identidad desde una narrativa ambiental los hace dignos; pero, como contrapartida, los aleja cada vez más de su identidad carrera original. Ahora bien, si dos identidades laborales *se superponen en la praxis*, nos preguntamos si, en el caso de éstos y otros trabajadores marginados, excluidos, percibidos en términos negativos, las identidades laborales en realidad se amplían hasta lograr la aceptación social; o bien, si de alguna manera casi sin percibirlo, en su búsqueda de reconocimiento se ven obligados a abandonar las identidades históricas quedando éstas en un segundo plano. Este tipo de preguntas, nos permite reflexionar respecto de los trabajadores carreros, así como de otro tipo de colectivos de trabajo organizados en Córdoba que transitan contextos similares.

En el proceso de identificación-desidentificación hacia la aceptación social de las *identidades laborales de los*

colectivos marginalizados, las identidades primarias/ primeras se bifurcan para abrirle paso a las *identidades colectivas*. Éstas, *se construyen* en función de las necesidades de los trabajadores y velan por un horizonte colectivo común, que se persigue mediante la agencia y lucha de los sujetos.

La conformación de La Esperanza resultó un salto cualitativo hacia una identidad colectiva que aparece en primer plano y supera ampliamente los rasgos identitarios individuales- aunque compartidos- que los llevaron a organizarse en primer instancia.

Por lo expuesto, consideramos que los colectivos que permanecen en los *márgenes del reconocimiento social*, al elaborar diferentes estrategias de comunicación para desarrollar autonarraciones que los identifiquen, se les presenta una dicotomía entre la necesidad de ser considerados como trabajadores y ser quienes, en definitiva, históricamente han sido.

Por último, como conclusión, pretendemos que esta investigación constituya un aporte que abone a una reflexión sobre los procesos mediante los cuales los colectivos de trabajadores se reconocen como sujetos de palabra y acción, producen conocimiento y construyen estrategias con las que irrumpen en el EP para disputar sentidos, utilizando los recursos y la tecnología a su disposición. En este sentido, consideramos importante profundizar en líneas de investigación que apunten a analizar las condiciones de posibilidad de una incipiente contra-esfera pública, donde los colectivos que se encuentran en los márgenes, desarrollan estrategias para disputar la redistribución material y el reconocimiento identitario, valiéndose de las nuevas tecnologías y prácticas novedosas, que permiten poner en cuestión las narrativas hegemónica.

Bibliografía

- ABATEDAGA, Nidia y JEFFERY, William (coordinadores). *Dilemáticos vínculos en el mundo del trabajo y la cultura: resistencias y ponencias de la (auto) gestión en ámbitos laborales y políticos culturales*. 1° Ed. Editorial Brujas. Córdoba, Argentina. 2017
- ARENDRT, Hannah. *La condición Humana*. Ed Paidós. Buenos Aires. 2009.
- CORTINA, Adela. *Aporofobia, el rechazo al pobre: un desafío para la democracia*. Ed Paidós, Barcelona-Bs As-México. 2017.
- MELUCCI, Alberto. *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos. 1999.
- NEGT, Oskar & KLUGE, Alexander. *Esfera Pública y*

Experiencia. Hacia un análisis de las esferas públicas proletarias. Publicado por la University of Minnesota Press. 1993.

VOLOSHINOV, Valentín N. *El signo ideológico y la Filosofía del Lenguaje.* Ediciones Nueva Visión SAIC. Buenos Aires, Argentina. P36. 1976.

VACA MUERTA: DE LA SOBERANÍA ENERGÉTICA HACIA EL IMPACTO DE LA GLOBALIZACIÓN NEOLIBERAL

Cortés, Noelia Agustina

FCC - UNC / cortesnoelia96@gmail.com

La siguiente ponencia tiene como objetivo el dar a conocer las problemáticas sociales que atravesamos actualmente, colocando a la historia como punto Base de los cambios de rumbo en la industria petrolera (en los últimos treinta años) y las transformaciones sufridas a lo largo de los tiempos políticos.

Nos centraremos específicamente en el yacimiento Petrolífero Vaca Muerta. Éste se encuentra ubicado en la Cuenca Neuquina, concretamente al sudoeste de nuestro país y mantiene una superficie de 30 mil km². El yacimiento abarca sobre todo Neuquén, pero también se extiende por tres provincias más, entre ellas, Río Negro, Mendoza y La Pampa. De esta área, YPF posee una concesión de más de 12000 km². Asimismo, se estima que el territorio cuenta con recursos suficientes como para poder extraer 16.2 miles de millones de barriles de petróleo. En esta zona se encuentran el 40% del gas y el 60% del petróleo no convencional de la Argentina.

Hablando históricamente, todo empieza con la re-adquisición por parte del gobierno Kirchnerista del 51% de las acciones de la empresa YPF S.A en el año 2012. Allí comienza el camino para la política energética que se instaló en la zona. El gobierno de turno se apoyó en empresas que poseían el conocimiento necesario para la explotación de recursos, presentes en Vaca Muerta. De modo que las políticas y la campaña en las cuales se apoya la explotación, devienen de un discurso en el cual se intenta instalar la idea de “soberanía energética”. De esta manera, luego de una serie de búsquedas y realización

de inversiones, se logró poner en marcha la explotación petrolífera.

En sus inicios el yacimiento fue descubierto hace 90 años por el geólogo estadounidense Charles Edwin Weaver, éste fue contratado a su vez por la empresa Standard Oil de California (actualmente, Chevron), no obstante, en esa época no se había explotado por los costos que implicaba la tecnología necesaria, al ser un yacimiento no convencional. En relación a cuándo fue exactamente el momento en cual comenzaron las instalaciones de los pozos y la consiguiente extracción, los datos son confusos. En la búsqueda de información para indicar cuándo se inauguraron las primeras obras/pozos y comenzó a extraerse material, nos encontramos con que, tanto en las páginas oficiales del Gobierno como en diferentes diarios, no había material que especificará cuando comenzó todo el movimiento. Sin embargo, podemos deducir, a partir de ciertas conferencias de prensa dadas por la propia presidenta en su momento y variados artículos, que el momento propio donde comenzó a funcionar el gran mecanismo que es Vaca Muerta, fue entre el año 2012 y 2013.

A partir del año 2015, con la asunción del presidente Mauricio Macri, se comenzó a hablar acerca de “resucitar Vaca Muerta” y reinvertir en el proyecto, así como también se reformulan las condiciones laborales de aquellos que trabajan en el yacimiento en el año 2017. Esto en un contexto de “apertura” al mercado, pasando de un modelo de intervención estatal al actual. En este momento, tomando como fuente acerca de Vaca Muerta al ministerio de Energía de la Nación, hay 27.000 km² concesionados a compañías petroleras⁵⁸. De igual importancia, se encuentran 44 empresas operadoras, pero solo diez de ellas se podrían considerar como las propietarias del 70% de toda Vaca Muerta. De estas petroleras, cuatro de ellas son extranjeras (Total, Exxon, Shell y Vista Oil and Gas).

Teniendo en cuenta las cifras difundidas por el Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial (OEDE) del Ministerio de Producción y Trabajo de la Nación, los datos que se pueden recabar (los últimos de septiembre de 2018), dieron con que el salario promedio de la industria petrolera ronda los 144 mil pesos⁵⁹. Sin embargo, el Convenio Colectivo de Trabajo, estipula una jornada de trabajo precaria postulando que “el personal que trabaja en equipos que rotan entre sí ininterrumpidamente durante las 24 horas del día, trabajará 6 días corridos de 8hs, es decir 48hs continuas, en los horarios de mañana, tarde y noche...”, podemos denotar a su vez como las medidas de seguridad respecto a los trabajadores son escasas, como ejemplo de esto podemos citar las últimas dos víctimas fatales de 34 y 24 años en Fortín de piedra.

58 Pagina Oficial del Ministerio de Energía.

59 Estadísticas disponibles en: <http://www.trabajo.gov.ar/estadisticas/oede/estadisticasregionales.asp>

Cabe destacar que desde la flexibilización del convenio colectivo del sector (2017), hasta la actualidad son 10 las muertes de operarios visibilizadas por los medios.

Dentro de los datos rescatados en cuanto a la contaminación, nos centramos en el agua. Aquí denotamos un primer punto de importancia con respecto al proceso, podemos reparar en que la actividad consume una cuantiosa cantidad de agua y no solo que la consume, sino que, al mezclarla con productos químicos, solo una parte mínima vuelve a ser potable. Alrededor de 500 químicos son utilizados, cuya composición es desconocida debido a que las empresas afirman que es un “secreto comercial”, estos resultan nocivos para los organismos vivos; caracterizados como tóxicos agudos y cancerígenos. Otro de los problemas fundamentales que provoca el trabajo en la tierra, son las vibraciones que generan las explotaciones “controladas” según las empresas, ocasionando rupturas en hogares como por ejemplo en el pueblo de Sauzal Bonito, donde los medios de comunicación informan a la comunidad Neuquina que en dicho pueblo están sucediendo “sismos leves” inexplicables.

Para enmarcar esto desde una perspectiva teórica, analizando el fenómeno y que es lo que está en el centro de este conflicto, resultó pertinente utilizar los conceptos del Sociólogo, Bolívar Echeverría.

El mismo, postula cuatro shocks de modernización que impactan sobre Latinoamérica, de los cuales, el último es definido como un proceso de globalización neoliberal.

Tomando este concepto podemos decir que el proceso de modernización y sus consecuencias se encuentran vigentes y completamente relacionados a los procesos de explotación de petróleo y gas, donde se remarca el intento de construir un mundo global “civilizado” copiando las formas y “vida económica capitalista” de los Estados Unidos descriptos por Echeverría.

En nuestra investigación detectamos que el proceso de fracking tiene en efectos adversos en lo que el autor denomina como “identidad latinoamericana”. Podemos relacionarlo con el impacto de la instalación de yacimientos en espacios que habitan las comunidades originarias de la zona. Asimismo, y en relación con los pueblos originarios, vemos también cómo este proceso denominado por Echeverría como “mestizaje” (Echeverría, 2011:258), se ve en peligro ante este nuevo movimiento.

Por otra parte, pudimos percibir como América Latina se encuentra subordinada como “objeto de la modernización” debido a la explotación que se realiza en Vaca Muerta. Lo que queremos decir con esto es como la utilización y la inversión de cuantiosas sumas de dinero aplicadas al negocio del petróleo, se desarrollan con un solo objetivo de consumo: sacar provecho y ganancia

del lugar, sin importar las consecuencias negativas que producen sobre el área.

Nada de esto podría funcionar sin el apoyo de los medios masivos de comunicación, que contribuyen al desarrollo de estas actividades y profundizan el modelo de globalización neoliberal. El discurso de los medios ayuda a instalar en la subjetividad de las personas una idea positiva acerca de ciertos procedimientos que no son más que la explotación de recursos de formas que impactan muy negativamente sobre la población y el ambiente del lugar. Así, en palabras del autor, “se intenta instalar un prototipo de ser humano basado en el hombre occidental” y de esta forma podemos decir que no solo se trata de copiar este “modelo” de humano, sino que también se trata de instalar una forma de realizar las cosas, una forma de manejarse utilizando y copiando un modelo occidental. Podemos decir que esto se denota claramente cuando vemos ciertas maneras de proceder con respecto a la instalación de pozos en Vaca Muerta, y en cuanto a la garantizarían de la seguridad de los operadores, así como también las condiciones de seguridad para salvaguardar al medioambiente.

COMUNICACIÓN DIGITAL, ECONOMÍA DE PLATAFORMAS Y MODALIDADES DE TRABAJO EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA:

EL CASO DE UBER EATS Y RAPPI ARGENTINA

Del Vecchio, Julián

FCC - UNC / juliandelvecchio96@gmail.com

Chiavassa, Antonia

FCC - UNC / antoniochiavassafferreyra@gmail.com

Palabras claves: neoliberalismo; plataformas; comunicación digital; subjetividad; trabajo

Capitalismo de plataforma

La expansión sin precedentes de la economía digital se propone como un horizonte de bonanza que amplía las posibilidades laborales para trabajadores calificados.

Sin embargo, las relaciones laborales en las empresas de plataforma se caracterizan por su flexibilidad, informalidad y la imposición de elevadas exigencias de productividad a los trabajadores. En el caso de Rappi, Glovo, Pedidos Ya y UberEats las críticas entre los trabajadores por la precariedad de sus condiciones de trabajo han tenido resonancia en los grandes medios del país. Asimismo, las protestas y la incipiente organización gremial refleja el descontento. Pero también existe un amplio sector de los trabajadores de estas empresas que considera estas modalidades como una buena oportunidad, considerando que no poseen una relación de dependencia (esto se refleja en el “uno es su propio jefe”), el poder acomodar el horario de trabajo al resto de sus actividades como por ejemplo el estudio, y el “hacer dinero en el tiempo libre”, que tanto se publicita en redes sociales como Instagram y Youtube desde las mismas empresas.

Entender las implicaciones de estas modalidades de trabajo y las plataformas que las propician exige contextualizar el fenómeno. A pesar del entusiasmo por la novedad de la economía del conocimiento, es posible rastrear las raíces de las empresas de plataforma en el derrotero del sistema de explotación capitalista. En efecto, el súbito crecimiento de empresas que obtienen ganancias a partir del control de información es la continuidad de un proceso de transformación en la economías de los países más poderosos a partir de la crisis de 1970. Más aún, los rasgos emergentes de estas nuevas configuraciones económicas que combinan datos, infraestructuras digitales y trabajo flexible pueden subsumirse a categorías teóricas aportadas por Karl Marx como la de relaciones sociales de producción o proletariado (2018).

Este es la propuesta teórica de Nick Srnicek en *Capitalismo de plataformas* (2018). Aporta una historización sucinta pero útil para comprender que, a pesar del carácter rupturista que le atribuyen, esta modalidad empresarial es una continuidad del sistema capitalista tradicional. El autor se pregunta qué resulta de considerar a las empresas de plataforma como agentes económicos. Diversas dinámicas de estas empresas se explican sin dificultad bajo este foco a partir de las categorías de la economía política marxiana. Según el autor “[a] pesar de toda la retórica de haber superado al capitalismo y de estar en transición a un nuevo modo de producción (...) todavía estamos atados a un sistema de competencia y rentabilidad” (2018, p. 104). Así el aporte de Srnicek es describir lo que denomina economía digital como un momento contingente de la historia reciente del capitalismo.

Por otra parte, el anverso de estas empresas de plataforma son sus modalidades de trabajo flexible. En el discurso de la economía del conocimiento la

distinción entre dueños de medios de producción y proletarios se difumina porque los dispositivos digitales equitativamente distribuidos nos habilitan a convertirnos en emprendedores y las rupturistas formas de asociación brindan posibilidades únicas de invertir nuestro tiempo. Por supuesto, esta retórica se apoya en la difusión de la figura del capitalismo humano y la idea de empresario de sí mismo tributaria de la gubernamentalidad neoliberal (Laval y Dardot, 2013). Sin embargo, una aproximación más acorde a la realidad de explotación que viven los miles de trabajadores flexibles de plataforma rescata la categoría de proletario. Este es el caso de Dyer-Whiteford (2015) y Guy Standing (2011) con sus nociones de cyberproletariado y precariado respectivamente. Es decir, las categorías marxianas se revelan útiles no sólo para analizar las plataformas como agentes económicos sino también las relaciones de explotación que derivan de ellas.

Características de las empresas de plataforma

La actualidad de la economía del conocimiento tiene precedentes históricos en periodos previos del capitalismo, pero hay novedades. En particular, con el desarrollo de la tecnología fue posible usos para los datos que los convirtieron en un recurso central. Los datos son representaciones simbólicas usualmente alfanuméricas. Es decir, unidades de información que se puede almacenar y analizar. De hecho, el término Big data describe el almacenamiento y análisis de las ingentes cantidades de datos mediante sofisticados sistemas de procesamiento e inteligencia artificial. La novedad no sólo es la dimensión del conjunto de información analizada, sino quiénes los producen. Con la colonización de las redes y las tecnologías de información y comunicación de todas las esferas de la vida pública y privada, los datos son generados por las acciones de los millones de usuarios interconectados a infraestructuras digitales.

Las empresas de plataforma son los agentes económicos que explotan esta circuitos informáticos. Obtienen beneficios de su posición de intermediarias entre diferentes usuarios: clientes, anunciantes, proveedores de servicios, productores, distribuidores e incluso objetos físicos. Usualmente, incluyen herramientas que permiten a los usuarios generar sus propios productos, servicios y espacios de transacciones. En vez de tener que construir un mercado desde cero, una plataforma proporciona la infraestructura básica para mediar entre grupos ya existentes quienes asumen el protagonismo de la actividad comercial. El crecimiento de la economía digital mediante estas novedosas estructuras, habilita introducir un nueva dimensión del sistema capitalista, el capitalismo de plataformas.

Las plataformas son de diversos tipos pero comparten

algunas características comunes. En primer lugar, en lo referente a recolección de datos, disponen de una clara ventaja sobre los modelos de negocios tradicionales. Debido a su posición de intermediarias entre usuarios, en tanto terreno común sobre el que tienen lugar sus actividades, se le confiere el acceso privilegiado para registrar sus actividades.

Una segunda característica fundamental es que las plataformas digitales producen y dependen de “efectos de red”: mientras más numerosos sean los usuarios que hacen uso de una plataforma, más valiosa se vuelve esa plataforma para los demás. De esta manera, se produce un ciclo mediante el cual una mayor cantidad de usuarios generan a su vez más usuarios. Esto conlleva a que las plataformas tengan una tendencia natural a la monopolización. También da a las plataformas una dinámica de acceso cada vez mayor a más actividades, y por lo tanto a más datos.

La importancia de los efectos de red implica que las plataformas deben desplegar tácticas para asegurarse de que se sumen cada vez más usuarios. Por ello, suelen reducir el precio de uno de los servicios o productos, mientras suben los precios de otra rama para cubrir estas pérdidas. La estructura de precios de la plataforma es de suma importancia para definir cuántos usuarios se involucran y la frecuencia en que usan la plataforma. Además, también es importante la cantidad de comercios que trabajan con la aplicación, es decir, cuál es el catálogo que tienen.

Por otro lado, las plataformas son diseñadas de manera tal que sean atractivas para sus distintos tipos de usuarios y suelen presentarse como espacios vacíos para que otros interactúen. Pero, de hecho, encarnan una política. Las reglas para el desarrollo de productos y servicios, al igual que las interacciones en el espacio de negocios, son establecidas por el dueño de la plataforma. En su posición de intermediarias, las plataformas ganan no solo acceso a datos, sino también al control y gobierno sobre las reglas de juego. Sin embargo, a pesar de la arquitectura central de reglas fijas, son también generativas, permitiendo a otros construir sobre ellas de maneras inesperadas.

Nick Srnicek presenta cinco tipos de plataformas distintas: publicitarias, de la nube, industriales, de productos y austeras. Esta clasificación es principalmente teórica, ya que la mayoría de las empresas tienden a expandirse más allá de cada categoría. Pero sirve para tener un panorama general de los tipos de empresas.

Comunicación y modalidades de trabajo

El capitalismo, y el neoliberalismo, no se limitan a una mera cuestión estructural, es decir, económica. También posee legitimidad a partir de racionalidades

y subjetividades que va configurando en los sujetos. Caeríamos en un error si planteamos una separación entre estructura y superestructura. Concluimos que las empresas de plataforma y el trabajo flexible que entrañan y promueven responden a la estructura económica del capitalismo. Además hay representaciones que legitiman esta relación social de producción. Sostenemos que la comunicación tiene un papel relevante en este proceso social tanto en la dimensión estructural como supraestructural.

En particular, lo que nos interesa en relación a la comunicación dentro de este hecho social, es su rol fundamental no sólo como soporte digital de las empresas de plataformas, sino principalmente los discursos, las estructuras de poder y desigualdad, y las ideas que se generan en las modalidades de trabajo en los jóvenes de la ciudad de Córdoba.

Para esto, se realizará un estudio de caso, en el que se analizará las empresas Uber Eats, y Rappi Argentina. El objetivo es describir las modalidades de trabajo de los jóvenes en estas empresas, en la ciudad de Córdoba; contextualizar socio-históricamente las modalidades de trabajo, y el desarrollo de empresas de plataforma; identificar los procesos comunicacionales que se dan en las empresas; y reconocer los discursos que configuran ideas y modalidades de trabajo en los jóvenes.

Bibliografía

- Dyer-Witheford, N. (2015). *Cyber-proletariat: Global labour in the digital vortex*. Toronto: Between the Lines.
- Laval, C., & Dardot, P. (2013). *La nueva razón del mundo*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Marx, Karl (2018). *El Capital, Tomo 1*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra.
- Standing, G. (2011). *The Precariat: The New Social Class*. London: Bloomsbury academic.

TURISMO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DESDE PROCESOS COMUNICACIONALES DIGITALES: EL CASO DE TRASLASIERRA

Espoz Dalmasso, María Belén

IECS - CONICET y FCS; CIPeCo - FCC / belen.espoz@unc.edu.ar

Gómez, María Eugenia

CIPeCo - FCC / eugeniagomez28@hotmail.com

El turismo como ordenador territorial en espacios de pequeña escala: las urbanizaciones turísticas

El turismo se ofrece como lógica de producción/consumo que dinamiza diferentes dimensiones de la esfera cultural, convirtiendo lo que es experiencia de vida y vivida en 'paquetes de experiencia' susceptibles de ser vendidos/comprados en el mercado (Peixoto; 2011; Espoz; 2016; 2017; Espoz y del Campo; 2017;). La posición de clase sigue operando como punto de anclaje que da cuenta de las diferentes y desiguales formas de accesibilidad a este espacio, pero el deseo de consumir/experienciar aparece como interpelación transclasista en el discurso turístico. Postulamos como hipótesis un lazo solidario entre las políticas de patrimonialización y las tendencias de turistificación -orientadas a captar la atención modelos de "urbanización"⁶⁰ como terreno de inversiones y capitales productivos cuya injerencia en las

⁶⁰ Básicamente entendemos urbanización como 'producción del espacio' (Lefevre, 1970) (social, económico, cultural, físico, etc.). Por ello, el problema de la urbanización siempre ha sido, como lo reconoce Harvey, un "fenómeno de clase":

"... ya que los excedentes son extraídos de algún sitio y de alguien, mientras que el control sobre su utilización habitualmente radica en pocas manos. Esta situación general persiste bajo el capitalismo, por supuesto; pero dado que la urbanización depende de la movilización del producto excedente, surge una conexión íntima entre el desarrollo del capitalismo y la urbanización. Los capitalistas tienen que producir un producto excedente a fin de producir plusvalor; éste a su vez debe reinvertirse para generar más plusvalor. El resultado de la reinversión continuada es la expansión de la producción de excedente a un tipo de interés compuesto, y de ahí proceden las curvas logísticas (dinero, producción y población) vinculadas a la historia de la acumulación de capital, que es replicada por la senda de crecimiento de la urbanización en el capitalismo. (Harvey, 2013: 36)"

formas territoriales, organizativas, societales y subjetivas son significativas. Como corolario se relevan procesos de resistencia colectiva que, contra el avasallamiento de los actores políticos-económicos, pugnan por el derecho a las disidentes habitancias del territorio, buscando su reapropiación y la definición de modos específicos de estar/ser/hacer, valorizando o re-valorizando prácticas, historias, espacios y objetos específicos.

La idea de "urbanizaciones turísticas" (UT) emerge como unidad de análisis, para observar territorios donde el crecimiento urbano está estructurado en torno al desarrollo turístico de una comunidad, zona o región. Las particularidades de este tipo de intervenciones implica reconocer, desde el comienzo, que las obras a ser realizadas (privadas o públicas, destinadas al hábitat, a la preservación o disfrute material, cultural, natural, etc.) ya incorporan -en su diseño- la expansión urbana en relación a múltiples "otros" que no se constituyen en 'pobladores' sedimentarios sino más bien 'nómades' del territorio, a la vez que éstos se constituyen en los factores determinantes de los flujos económicos políticos y culturales del mismo. Se trata, en general, de observar aquellos núcleos urbanos que no están siempre conectados con el núcleo tradicional de la ciudad (Jurdao Francisco, 1979), y cuyas características que lo asocian con la categoría de UT podemos enunciar como: el número de propietarios de los inmuebles / establecimientos provienen de "afuera" (otra provincia, otro país -población heterogénea no permanente); fluctuación constante de transacciones de propiedad que dificulta muchas veces la consolidación de lazos comunitarios; alto impacto de la renta en relación a la media municipal; formas de producción turísticas focalizadas y enfocadas a la generación de un 'mercado de experiencias' (Peixoto; 2011); crecimiento de establecimientos orientados a servicios (gastronómicos, principalmente, pero también ferias, eventos, actividades culturales fuera del calendario estival).

La emergencia de un sector y su articulación con procesos de comunicación: la proliferación de estrategias de digitalización

Desde hace al menos 2 décadas, el turismo emerge como instancia estratégica del desarrollo del capital en el territorio nacional, reconociendo al sector y a las prácticas vinculadas como "actividad socioeconómica, estratégica y esencial..." (cf. Art 1º Ley 25.997 -Ley Nacional de Turismo-) para el desarrollo nacional. Según datos ofrecidos por el Ministerio de Turismo de la Nación, en el 2010 el sector representa el 7.9% del Producto Bruto Interno del país⁶¹ lo cual, se argumenta, instala la

⁶¹ Es el último relevamiento del INDEC. Se encuentran disponibles otras estadísticas provenientes del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC de capital privado): para el 2017 la contribución total de Viajes y Turismo al PBI de Argentina fue de

necesidad de generar múltiples estrategias de inversión para hacer crecer ese mercado. En la misma década, pasó de ser una Secretaría a un Ministerio evidenciando el carácter estratégico dentro de la estructura estatal, y las ciudades se configuran en un espacio clave de intervención para el sector.⁶² Esto indica que el turismo como práctica social se instala como tendencia de las formas de producción, circulación y consumo global, de la cual Argentina no es ajena y requiere al menos generar condiciones de observabilidad para su interrogación como proceso. Para el caso de Córdoba, en el 2003 se crea mediante LEY N° 10312 las áreas y regiones turísticas de la provincia que serán la base del desarrollo del Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia en el año 2006, cuya actualización está en curso (2017-2025). Se crea el Consejo Provincial de Turismo con participación del sector privado y el fondo de inversiones. Este pantallazo da cuenta del lugar que ocupa el sector en el marco del diseño estratégico de políticas públicas y acciones privadas cuyo argumento incide de manera directa en el reordenamiento territorial y sus dinámicas.

Para el caso que queremos analizar en el presente trabajo, focalizado en el caso de Traslasierra, una primera consideración a tener en cuenta en el aspecto formal (pensado por el estado) es que mediante el artículo 2 de la ley provincial se crean ‘áreas turísticas’ y en el artículo 3 “regiones turísticas”, generando, en algunos casos, superposición de territorios que difuminan los límites y afectan la conformación de ofertas y servicios. Por ejemplo: el área traslasierra está conformada por los departamentos de San Javier y San Alberto pero a la vez, se crea la ‘región’ de Traslasierra y Noroeste (que a su vez comprende las áreas de Pocho, Cruz del Eje y Deán Funes). Es decir, en el reconocimiento de las ofertas y servicios que emergen en las plataformas digitales, el aspecto formal –fundamental para solicitar subsidios y/o programas de fortalecimiento del área- no existe.

Se relevaron 18 páginas web vinculadas a la oferta turística de la ‘región’ (vinculadas al sector privado,

1.055,8 mil millones de pesos, que representa 10,3% del PBI total y pronostica que aumentará 4,3% en 2018.

62 Existen en la actualidad 10 programas nacionales: 1) Plan Nacional de Turismo Interno: generamos estrategias de promoción para estimular el turismo interno; 2) Pueblos Auténticos: ponemos en valor la identidad local de pueblos con características únicas y distintivas; 3) Corredor Ecoturístico del Litoral: acompañamos el desarrollo y el fortalecimiento de la región; 4) Asistencia financiera: brindamos líneas de financiamiento y guías para ayudarte a crecer; 5) Plan CocinAR: trabajamos en el mapa de turismo gastronómico nacional; 6) Sistema Argentino de Calidad Turística: ayudamos a incrementar la competitividad de los servicios turísticos del país; 7) ViajAR: descubrí Argentina todo el año y aprovechá las promociones de viaje; 8) Plan Nacional de Infraestructura Turística: a través de este plan brindamos apoyo económico para concretar obras públicas turísticas; 9) Marca País: su fundamento y utilidad. Te brindamos la Guía de uso y aplicación; 10) FonDeTur: Aporte no reembolsable para favorecer la creación de empleo, el arraigo y el desarrollo humano en el territorio (<https://www.argentina.gob.ar/turismo/programas>)

principalmente, pero también a las comunas o municipalidades en su sección para el sector) en las que dichas limitaciones territoriales muchas veces quedan superpuestas y dan cuenta de algunos de los principales conflictos del área. De las páginas relevadas predominan definiciones de demarcación territorial y se orientan los esfuerzos por definir lo ‘visitable’, lo que se pone en valor en la región y como inciden las dinámicas territoriales en ese proceso, evidenciando la necesidad de visibilizar (como única estrategia comunicacional) mediante diversas plataformas digitales el mercado de bienes y servicios turísticos de la zona.

Ofertas turísticas y mercados de experiencias: la construcción de circuitos como entornos

La distinción entre lo urbano y lo rural (campo/ciudad) se está disolviendo en un conjunto de espacios “porosos” de desarrollo geográfico y cultural desigual: cuestión visible en los procesos de urbanización turística y, en particular, en espacios donde la disputa sobre el patrimonio revela la emergencia de actores heterogéneos.

“Sol, naturaleza y cultura” aparecen como los tres lexemas que articulan múltiples actividades (la mayoría de ellas de acceso pago) que se exponen en las páginas analizadas, asociados a valores como ‘armonía’, ‘seguridad’ y ‘sustentabilidad’ y conforman circuitos donde ‘la experiencia de lo natural’ aparece como encuadre ideológico de un tipo de vivencia regulada por el mercado. En esa dirección, se resaltan aspectos de un ‘entorno’ amigable con la naturaleza en lo que refiere a la urbanización realizada en cada subárea: según el informe presentado por el gobierno de la provincia para traslasierra sur “de los 128 establecimientos relevados en Traslasierra Sur, 49 (38,28%) corresponden a los que brindan servicios de alojamiento con habitaciones individuales (Hotel, Hostería, Motel, Hostal, Residencial o Albergue) y 79 (61,72%), a los que están constituidos por dos o más unidades independiente (Apart Conjunto de Casas y/o Departamentos). Se destaca que el incremento de estos últimos se considera como una oferta que responde a la demanda cada vez mayor de ser de hotelería en combinación con características de una vivienda” (2015: 54). Como se puede observar, las lógicas de urbanización turística adquieren un perfil determinado por la imagen que busca consolidar de la región. Pero la forma en que se gestionan los espacios urbanos o urbanizables implica la tracción de diferentes grupos sociales que reconocen espacios de acción diversos y desiguales en lo que respecta a los significados y funciones de los mismos. El tema de fondo sigue siendo el mismo: los procesos de acumulación por desposesión (Harvey, 2005). Aquellos grupos cuyo excedente se traduce en mayor ocupación y

disposición del espacio terminan por incidir de manera proporcional en el mismo; mientras que las mayorías van perdiendo participación e intervención sobre la conformación de las reglas de juego que dominan la producción espacial.

Bibliografía

ALMIRÓN, A; BERTONCELLO, R. & TRONCOSO, C. (2006). “Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de

BAJTÍN, M. y MEDVÉDEV, P. (1993) “La evaluación social, su papel, el enunciado concreto y la construcción poética”, en Revista Criterios, edición especial de homenaje a Bajtín. La Habana-México. Pp. 9-18.

ESPOZ, M. B. y DEL CAMPO, M. L (2017) “Disputas de sentido en torno al patrimonio: el turismo como estrategia de comunicación política”, ponencia presentada en el XV congreso ENACOM, UNER del 13 al 15 de Septiembre del 2017.

Harvey, D. (2005) “El nuevo imperialismo: acumulación por desposesión”. en Socialist register, Buenos Aires: CLACSO, 2005

MOVIMIENTOS SUBJETIVOS Y DINÁMICAS DE AGENCIAMIENTO EN COOPERATIVAS DE EX DETENIDOS/AS

García, Malena

CIC - INESCO - FPYCS - UNLP/ malena_garcia@live.com

Este trabajo presenta algunas de las conclusiones derivadas del Trabajo Integrador Final “La salida es colectiva. Experiencias organizativas de ex detenidos/as”. La intención del mismo fue indagar, desde una perspectiva comunicacional, en las prácticas sociales a partir de las cuales las personas que salen de las cárceles bonaerenses buscan repositionarse en la trama comunitaria, haciendo hincapié en las experiencias organizativas que se generaron en el período reciente, como estrategia para habilitar su propia inclusión social. A partir de la investigación desarrollada, se presentarán

una serie de conclusiones acerca de las experiencias de los/as liberados/as en la construcción de organización para la transformación de su realidad, subvirtiendo las lógicas discriminatorias desde la auto-afirmación identitaria.

El campo de la comunicación permite indagar en procesos de producción de sentidos que generan actores históricamente situados; las relaciones que construyen en la trama sociocultural y los significados que producen disputando prácticas, discursos y sentidos instituidos. Así, esta mirada disciplinar habilitó el análisis sobre la construcción identitaria de estas organizaciones a partir de su identificación común no sólo con el modelo cooperativo como alternativa de reinserción económico-social sino también en relación al paso de sus integrantes por el encierro punitivo. De esta forma, se abordaron los modos en que se desarrollan estas experiencias a partir de los testimonios de los/as trabajadores/as de las cooperativas. Las voces de los/as protagonistas nos permiten examinar sus trayectorias de vida, los movimientos subjetivos que se producen en las organizaciones de liberados/as y la vocación de incidencia política sobre la cuestión carcelaria. Por cuestiones de extensión, se retomarán brevemente en esta ponencia los testimonios de dos trabajadores de cooperativas de liberados: Lupo (trabajador de la cooperativa de carpintería Las Termitas) y Araña (trabajador de la cooperativa de construcción Los Topos).

En primer lugar, se abordó el impacto de la prisionalización en las subjetividades de los/as liberados/as. Se constató que el encarcelamiento implica un agravamiento de las condiciones de vulneración (previas al proceso penal) sobre los sectores populares, puesto que la experiencia del encierro se estructura alrededor de prácticas violentas hacia los/as detenidos/as y sus familiares.

De esta manera, la institución carcelaria produce subjetividades degradadas y fija estigmas asociados a la peligrosidad y la figura del/la “delincuente”. Indagar esta realidad desde una mirada crítica feminista implicó asumir el desafío de interrogar permanentemente las condiciones sociales que sostienen la opresión de las mujeres. En este sentido, advertimos que son las mujeres quienes sostienen el vínculo afectivo y la provisión de bienes cuando los varones de su entorno caen detenidos. Como familiares, sufren una extensión del control y el castigo, conviviendo con la violencia institucional y las requisas corporales (Malacalza, 2012). Identificar estas trayectorias diferenciales nos permitió ver que en el caso de los varones liberados, la salida en libertad puede ser relativamente menos abrupta, sea por las salidas transitorias —derechos más restringidos en las cárceles de mujeres— así como por las visitas cotidianas de familiares. En el caso de las mujeres, por otro lado, pueden atravesarse condenas enteras sin tener contacto

con familiares.

Por otra parte, la salida en libertad implica volver a territorios segregados, por lo que nuevamente se activan los habitus construidos en torno al espacio público, limitando la circulación de los/as liberados/as por determinados espacios, lo cual se recrudece con el estigma de haber pasado por la cárcel. No obstante, la marca de haber pasado por la cárcel se vislumbra más claramente en los antecedentes penales que, al obstaculizar notablemente el acceso al trabajo, implican una extensión de la pena por el delito cometido. Esta dificultad en la integración comunitaria se profundiza, a su vez, por la deficiencia de las políticas pospenitenciarias: la intervención ineficaz de los organismos encargados de la “reinserción” social de los/as liberados y de evitar su reincidencia, redundan en una incapacidad estatal de abarcar la problemática. En este marco, recuperando la capacidad de agencia de los/as liberados/as, vemos que ante la disyuntiva entre la limitante de los antecedentes penales y la reincidencia en el encierro, es posible situar la conformación de cooperativas de liberados/as como novedosas experiencias de organización, a partir de la necesidad concreta de supervivencia. Con este enfoque sostenemos que las prácticas de resistencia son preexistentes a la salida en libertad, ya que forman parte de las prácticas que buscan ganar pequeñas porciones de autonomía para la resistencia y la salvaguarda de la identidad frente al disciplinamiento de la institución carcelaria (Makowski, 1996). En definitiva, forma parte de las múltiples estrategias de resistencia de los sectores populares (Martín-Barbero, 2009).

318 Una de las cuestiones más destacables de la construcción identitaria de estas cooperativas es su identificación común en relación al paso de sus integrantes por el encierro. Si bien su identidad está atravesada por los discursos hegemónicos relacionados con la peligrosidad, la decisión de referenciarse como liberados/as se enmarca en la resignificación de los estigmas asociados al paso por la cárcel, subvirtiendo las lógicas discriminatorias desde la auto-afirmación identitaria (Martín-Barbero, 2009). Esta afirmación supera la posición de víctimas de las prácticas de violencia carcelaria, reposicionándose como trabajadores/as desde múltiples atravesamientos. El campo de la comunicación nos permite adentrarnos en estas dimensiones de la identidad, identificando que los/as referentes de estas organizaciones revisan sus trayectorias de vida y se narran a sí mismos/as desde otros lugares posibles a los impuestos por los estigmas de peligrosidad:

[...] mi historia personal acá, es la misma historia personal que un montón de pibes de provincia. Que están laburando en cooperativas, que están formando cooperativas, que están saliendo del pozo ese que te

obliga la sociedad, que te obliga el sistema. Que vos tenés que ser delincuente. Yo tengo que ser lo que yo quiero (Araña, trabajador de la cooperativa Los Topos. Fragmento de entrevista)

[...] cuando yo te decía que somos ex detenidos, que transitamos la cárcel, que tenemos tiros en el cuerpo, que tuvimos que salir a chorear, no es que lo decimos como diciendo “me la re aguanto”. Nosotros decimos “mirá todas las cosas que tuvimos que hacer para sobrevivir”. No es que somos malos, no es que nosotros somos malignos, no nos levantamos diciendo “hoy le voy a hacer una maldad a alguien”. No, nosotros sobrevivimos, y eso es lo que nosotros queremos mostrar (Lupo, trabajador de la cooperativa Las Termitas. Fragmento de entrevista)

La indagación sobre esta posición enunciativa nos permite vislumbrar que su proyecto excede el fin de la generación de puestos de trabajo, buscando ser una salida más o menos común e inclusiva para quienes salen de la cárcel y se enfrentan a situaciones similares. De esta vocación de transformación de la problemática del paso por la cárceles es que se desprenden acciones específicas orientadas a la contención y acompañamiento de nuevos/as trabajadores/as, así como distintos trabajos comunitarios en los territorios de intervención. En este sentido, a partir de la sensibilización de actores clave relacionados con la problemática, las cooperativas abrieron una disputa en relación a la necesidad de trabajar lo específico de la cuestión carcelaria en un gremio estratégico, a partir de la creación de la Secretaría de Ex Detenidos/as y Familiares (SEDyF) en el año 2017 y la Rama de Liberados/as en el año 2018 dentro de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP). Así, se ampliaron sus marcos de alianza y se fortaleció el espacio con la convocatoria a otros espacios organizativos de liberados/as y familiares de detenidos/as. Es posible afirmar que estas experiencias organizativas tienen vocación de incidencia política, por lo que apuntan a fortalecer sus capacidades para lograr la participación en políticas públicas como horizonte para transformar la realidad de los/as liberados/as.

¿Qué es lo transformador de estas experiencias organizativas? Los testimonios de los/as protagonistas nos indican que las cooperativas de liberados/as sientan las bases para que sus integrantes construyan proyectos personales/colectivos autónomos a partir del sentido de pertenencia y de la cultura del trabajo como sentido organizador. En sus dinámicas organizacionales se producen movimientos subjetivos a partir del encuentro entre las lógicas individualistas que priman en la cárcel, y las lógicas de compañerismo y solidaridad que promueven el cooperativismo y la economía popular, produciendo nuevas subjetividades. De esta manera, la experiencia de transitar la salida en libertad contenidos/as en una organización, en contraposición al intento de

integrarse en la trama comunitaria de manera individual, tiene un fuerte impacto en las trayectorias de vida de los/as liberados/as, abonando a procesos de agenciamiento desde la acción colectiva a partir de una problemática compartida.

Bibliografía

‘Makowski, S. (1996). Identidad y subjetividad en cárceles de mujeres. Estudios sociológicos. Vol. 14, N° 40, enero-abril. pp. 53-73.

Malacalza, L. (2012). Mujeres en prisión: las violencias invisibilizadas. Question. Vol. 1, N° 36 (Primavera 2012), pp. 59-66.

Martín-Barbero, J. (2009). Culturas y comunicación globalizada. I/C - Revista Científica de Información y Comunicación. N° 6, pp. 175-192.

ESTÉTICA Y POLÍTICA EN LA MARCHA DEL ORGULLO EN LA PROVINCIA DE SAN JUAN. EL LUGAR DE LA IDEOLOGÍA

Gimeno, Daniel Osvaldo

UNSJ / dog1144@hotmail.com

Palabras claves: conflicto social; marcha; ideología; prácticas comunicativas; estetización de la política

Introducción

En el presente trabajo nos proponemos repensar el problema de la ideología a través de un ejercicio de lectura, en clave tensional entre “estética” y “política”, de los recursos expresivos de una experiencia concreta de protesta social en el espacio público, como momento de visibilidad de un conflicto. El interrogante que atraviesa este ejercicio es: *¿de qué modo se ve materializada la ideología en estas prácticas comunicativas (sociales) que expresan el conflicto en cuestión?* Para ello, las nociones centrales de “conflicto” y “sensibilidad” representan un valioso aporte teórico-metodológico para pensar el caso en estudio: la Marcha del Orgullo Gay en la provincia de

San Juan.

La Glorieta – Espacio LGBTIQ (a partir de ahora LG) es el colectivo social que nuclea a gran parte de los miembros de las minorías sexuales de la provincia de San Juan. A través de la marcha del orgullo gay, LG construye una identidad como comunidad emergente desde donde disputa poder y se constituye como sujeto político.⁶³

Fundamentación teórica, problema y estrategia metodológica

Para Zizek (2008, p. 10), la ideología “parecería surgir justamente cuando intentamos evitarla, mientras que no aparece cuando es claramente esperable”. A nuestro entender, Zizek intenta decir que la “ideología” está en todos lados, operando constantemente aunque no la veamos (o aunque no la esperemos). El principal rasgo que caracteriza el carácter “ideológico”, según este autor, es que remite a prácticas y tiene que ver con las maneras en que se organizan ciertas prácticas en formaciones sociales específicas.

Es en esas prácticas donde opera la “matriz” ideológica que describe Zizek, “generando” y “regulando” la relación entre lo que vemos y lo que no vemos, entre lo imaginable y lo que no podemos imaginar, así como los cambios que puedan producirse en esa relación. Se trata de una modalidad de regulación que opera sobre el cuerpo y sobre la percepción de los actores (Boito, 2013, p. 47).

Con este fundamento teórico, nos proponemos hacer el siguiente ejercicio metodológico sugerido por Boito (2013, p. 48): cambiar la disposición de nuestro cuerpo y hacer un doble movimiento: correr la mirada habitual para “mirar al sesgo” lo evidente, establecer preguntas sobre lo visible para hacer audible aquellos “guiones sociales enmudecidos” que regulan los modos de afectación social (en el registro de la palabra).

La regulación de las sensaciones

Como describe Scribano (2007), la estructura de acumulación del capital en la actualidad conlleva formas de explotación y de dominación que se dan a través de un proceso de expansión imperial, caracterizado: como un aparato extractivo de aire, agua, tierra y energía y como una máquina militar represiva. A los fines de nuestro trabajo, nos interesa destacar que ese proceso de expansión imperial se sostiene y se reproduce por la producción y el manejo de *dispositivos de regulación de las sensaciones*

63 Adoptamos el término “sujeto” de acuerdo con la conceptualización desarrollada por Sergio Caletti (2011). El uso corriente del término “sujeto”, explica Caletti (p. 49), invita a confusiones. Vale aclarar que con “sujeto” no estamos remitiendo a unidades discretas, sino a la instancia de constitución de una forma identitaria que participa de la organización de una red de diferencias.

y *mecanismos de soportabilidad social* (p. 123). Según este autor, en la fase actual del capitalismo el manejo de estos dispositivos y mecanismos es indispensable para regular las expectativas y evitar el conflicto social.

La politicidad de los recursos expresivos

En el marco de sus reflexiones político-estéticas, Boito (2007) ha indagado una dimensión particular que se actualiza en las acciones colectivas cuando devienen formas de protesta social; justamente, esta autora ha mirado esa dimensión que remite a los recursos expresivos que se exponen en los momentos de visibilidad de un conflicto.

En su análisis, la dimensión referida no es puramente formal, superficial o epidérmica. Por el contrario, es una perspectiva que indaga cómo los recursos expresivos actúan en la regulación de las sensaciones que nos atraviesan cuando observamos o participamos en las manifestaciones de protesta social. Con este propósito, Boito (2007) plantea la activación de la politicidad de las formas de expresión en el marco de la clásica antinomia benjaminiana: *estetización de lo político-politización de lo estético* (p. 146). Recuperar la mirada de Walter Benjamin, a través de las reflexiones elaboradas por Boito, nos ayuda en el ejercicio de lectura propuesto en este trabajo.

Los interrogantes y la estrategia metodológica

Tomamos, con intención metodológica, una posible definición de la “estetización de lo político” como “reducción de lo político a la expresión espectacular de cierta demanda” (Boito, 2009, p. 156). En esta definición la “estetización” refiere a una exhibición que supone una disposición de complacencia contemplativa por parte del receptor (p. 159). Pero hay algo más. El riesgo de esta estetización de lo político en la acción se potencia a partir de un tipo de sensibilidad prevalente en la sociedad capitalista, en la cual se ha regulado una organización sinestésica que puede caracterizarse como “anestésica” (Boito, 2009, pp. 161-162).

Las principales preguntas que nos hacemos a través del análisis son: ¿desde dónde interpelan los recursos estéticos y expresivos? y ¿a quién/es interpelan, en el sentido de para quién/es se escenifica esta protesta? Como elemento recurrente, en cada una de las marchas podemos identificar que se actualiza un reclamo específico en referencia directa al Estado, que se materializa en el pedido de la aprobación de leyes específicas. En este trabajo somos capaces de “leer” los siguientes recursos: símbolos, carteles, cánticos, recorridos, colores, música y cuerpos en escena. Del mismo modo, hacemos un relevamiento de los textos publicados por los pocos

medios de comunicación que cubren las marchas. Para mostrar de algún modo los efectos políticos que tiene la marcha (2016), citamos la expresión con que un medio digital local enunció la protesta: “*La Glorieta LGBT y las distintas agrupaciones que participaron de la marcha le pusieron todo el color. Lejos de la violencia, el reclamo se convirtió en festival*”⁶⁴ (ver imagen 1).

Reflexiones finales

De acuerdo con los elementos analizados, el efecto (¿político?) de las Marchas del Orgullo Gay en San Juan puede advertirse en el registro de las palabras, a través del discurso mediático: “*Lejos de la violencia, el reclamo se convirtió en festival*”. Sin dudas, esta parece ser una frase que sentencia definitivamente la obturación de lo político.

El ejercicio de lectura de las marchas nos lleva a indagar si éstas son capaces o no de definir o transformar las condiciones políticas del orden social, a través del modo en que el conflicto es mostrado en la escena pública.

Con el presente trabajo, nos es posible enriquecer nuestra mirada al considerar que, en la fase actual del capitalismo, la sensibilidad de quienes participan y observan las marchas permanece “regulada”. Hay dispositivos y mecanismos que, además, regulan las expectativas e intentan evitar el conflicto social.

Es así como, antes de mirar los recursos expresivos actualizados en las marchas, debemos comprender que los agentes sociales no pueden verse a sí mismos (ni ver a los demás) ni tampoco son capaces de mostrar/se en la escena pública libremente, de acuerdo con sus decisiones estratégicas (rationales). Debemos considerar que sus sentidos, percepciones, sensaciones y sentimientos están organizados de un determinado modo; un modo que responde a los intereses del capital: la mercancía.

Desde esta perspectiva, el trabajo realizado nos anima a decir que esta protesta se acerca más al fenómeno del espectáculo mientras se aleja de su carácter político constituyente. Este último se diluye en la lógica del reconocimiento y la ampliación de derechos, lugar donde se define hegemónicamente el conflicto.

Se interpela a la sociedad desde los estereotipos construidos y esperables (y “soportables” socialmente) para cada contexto: más conservadores en el circuito mediático y algo más provocativos en la calle. Y desde símbolos universales que dicen nada de la comunidad LGBTIQ local.

64 Mirá las fotos de la VII Marcha por el Orgullo LGBT (2016, 26 de noviembre). *Diario Huarpe*. Recuperado de: <http://www.diariohuarpe.com/actualidad/locales/mira-las-fotos-de-la-vii-marcha-por-el-orgullo-lgbt/>

Los testimonios citados nos han permitido ver las contradicciones internas que los agentes tienen en el momento de la acción. Sus sensibilidades están reguladas. Y en el plano de la expresividad, esas contradicciones se resuelven una vez más de acuerdo con los estereotipos esperables. La música disco, las luces, la multiplicidad de colores, las risas y los gritos completan la escenografía propia de una fiesta. Esa misma fiesta de la que habla el discurso mediático.

Podemos ver que lo político se ha potenciado en la acción sólo a partir de un tipo de sensibilidad. La marcha del orgullo es (casi) una “mercancía”. Será necesario, desde esa “estetización”/fiesta, activar alguna politicidad que interpele tanto a la sociedad como al Estado desde otros lugares, desde otras sensibilidades.



Imagen 1

Bibliografía

Boito, M. E. (2007). La dimensión política de la expresividad social. Primeras reflexiones sobre los recursos expresivos en acciones de protesta. En A. Scribano. (Comp.), *Mapeando interiores. Cuerpo, conflicto y sensaciones* (145-171). Córdoba: Jorge Sarmiento Editor.

Boito, M. E. (2013). *Ideología y prácticas sociales en conflicto. Una introducción*. Córdoba: CIECS/CONICET/UNC.

Caletti, S. (2011). *Sujeto, política, psicoanálisis. Discusiones althusserianas con Lacan, Foucault, Laclau, Butler y Žizek*. Buenos Aires: Prometeo.

Eagleton, T. (2006). *La estética como ideología*. Editorial Trotta.

Schuster, Federico L. (2005). “Las protestas sociales y el estudio de la acción colectiva”. En F. Schuster, F. S. Naishtat, G. Nardacchione & S. Pereyra (Comp.), *Tomar la palabra: estudios sobre protesta social y acción colectiva en la Argentina contemporánea* (pp. 43-83). Buenos Aires: Prometeo Libros.

Scribano, A. (2007). La sociedad hecha callo: conflictividad, dolor social y regulación de las sensaciones. En A. Scribano. (Comp.), *Mapeando interiores. Cuerpo, conflicto y sensaciones* (pp. 119-143). Córdoba: Jorge Sarmiento Editor.

Scribano, A. (2009). A modo de epílogo ¿Por qué una mirada sociológica de los cuerpos y las emociones? En C. Figari & A. Scribano. (Comp.), *Cuerpo(s), Subjetividad (es) y Conflicto(s). Hacia una sociología de los cuerpos y las emociones desde Latinoamérica* (141-151). Buenos Aires: CLACSO / Ciccus.

Žizek, S. (2008). El espectro de la ideología. En S. Žizek. (Comp.), *Ideología. Un mapa de la cuestión* (pp. 7-42). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, segunda edición.

HERRAMIENTAS PARA PENSAR LOS ESPACIOS URBANOS COMO ESCENARIOS DE DISPUTA SOCIAL

Ortiz Narvaja, Macarena

FCC - UNC / maqui.ortiz.nrv@gmail.com

Zanini, Gonzalo

FCC - UNC / zaninigonzalo17@gmail.com

Palabras claves: experiencia urbana; producción social del espacio

Desarrollo del problema

La comunicación, base de toda relación social, permite pensar la forma en que se vincula la producción del espacio con la experiencia que se tiene sobre el mismo. Es decir, puede pensarse el problema comunicacional entre la materialidad de la ciudad y la experiencia simbólica que se tiene de ella. Esto mismo señala el autor Mario Margulis en el libro *La ciudad y los signos*: “A través de la modulación del espacio urbano la ciudad va expresando —en forma material y simbólica— la desigualdad social, la diversidad de los grupos sociales que la habitan y las diferencias y conflictividad que los envuelven. (Margulis, 2002, *La ciudad y sus signos*, pág 512).

Desde la modernidad, pensar en la vida en sociedad se asocia a la vida en la ciudad. Este espacio que se comparte con otros presenta una complejidad como objeto de estudio, y, como tal ha sido estudiado de diversas perspectivas y enfoques. Como estudiantes de grado en Comunicación Social, nuestro interés sobre la ciudad se centra en cómo ésta se produce material y simbólicamente, y cómo en ese proceso se establecen y desenvuelven relaciones sociales, teniendo como espacio de producción social la ciudad.

Ahora bien, nuestro punto de partida es la concepción de una ciudad latinoamericana que en las últimas décadas ha sufrido transformaciones de la mano de políticas neoliberales y fenómenos sociales como la globalización. En este sentido, partimos de pensar la ciudad de Córdoba como un espacio que tiende a fragmentarse⁶⁵. Este trabajo se presenta como una búsqueda de sustento teórico para una tesis de grado, en donde se intenta conocer si en este espacio tan heterogéneo se dan disputas urbanas, materiales y simbólicas, si se configuran disputas urbanas del espacio simbólico y material en los alrededores del Mercado Norte, y cómo. Por nuestra forma de entender la ciudad está dirigida a comprender cómo se manifiestan las disputas por el espacio: tanto para fijar sentidos como para habitarlo.

Intentamos buscar herramientas que nos permitan pensar en la heterogeneidad de actividades, actores, instituciones, que hacen la ciudad día a día, reflexionando sobre la multiplicidad de prácticas sociales que se dan en él y la forma en que el espacio es usado y pensado por los sujetos y las diversas instituciones involucradas. Creemos pertinente analizar los alrededores del Mercado Norte por ser una zona de gran relevancia histórica (ya que existe desde 1927), es visitado por una gran cantidad de personas, y principalmente por que hay diversas actividades desarrollándose todo el tiempo (tanto comercio formal como informal, hasta el trabajo sexual). Esa pluralidad de la zona del Mercado Norte vuelve

relevante la presente investigación.

Pensar el espacio urbano implica pensar las relaciones entre ciudad, cultura y experiencia, por lo que partimos comprender la cultura desde una concepción antropológica, incluyendo todos los niveles de la producción humana, envuelta siempre en un entramado social. Es en este sentido que retomamos a Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero, Mario Margulis y David Harvey. De todas las posibilidades que abre esta concepción, nos centramos en la ciudad como objeto de estudio, y, para estos autores, la ciudad es el reflejo de la sociedad contemporánea con su entramado de estructuras sociales, prácticas simbólicas, producciones de sentido y contradicciones de la modernidad de latinoamérica. El autor Jesús Martín Barbero se ha dedicado en su trayectoria como comunicador y sociólogo a entender las nuevas experiencias del sujeto en la ciudad que lo atraviesa. Para Barbero el problema de la modernidad en latinoamérica es un problema que tiene a la ciudad como uno de sus elementos más representativos. En el texto *Dinámicas Urbanas de la Cultura*, Barbero plantea que “Vivimos en una ciudad ‘invisible’ en el sentido más llano de la palabra y en sus sentidos más simbólicos. Cada vez más gente deja de vivir en la ciudad para vivir en un pequeño entorno y mirar la ciudad como algo ajeno, extraño.” (Barbero, 1991, pág.8)

Al respecto, retomamos unas palabras de Mario Margulis: “La ciudad, como construcción humana, también da cuenta de la cultura. Como construcción social e histórica, va expresando los múltiples aspectos de la vida social y transmitiendo sus significaciones. No es un sistema de signos tan estudiado y manejable como el lenguaje, pero igualmente puede ser considerada expresión de la cultura y texto descifrable”(Margulis, Mario. 2002, *La ciudad y sus signos*, pág 15.) En una línea similar, García Canclini plantea: “Las ciudades no son sólo un fenómeno físico, un modo de ocupar el espacio, de aglomerarse, sino también lugares donde ocurren fenómenos expresivos que entran en tensión con la racionalización, con las pretensiones de racionalizar la vida social” (García Canclini, *Imaginario Urbano*, 1997, pág 71.) Así, la ciudad es a fin de cuentas, resultado de configuraciones y estados de la vida social, donde los sujetos disputan sentidos provisorios y mutantes que van conformando imaginarios sociales. Retomando otra vez a García Canclini, “No sólo hacemos la experiencia física de la ciudad, no sólo la recorremos y sentimos en nuestros cuerpos lo que significa caminar tanto tiempo o ir parado en el ómnibus, o estar bajo la lluvia hasta que logramos conseguir un taxi, sino que imaginamos mientras viajamos, construimos suposiciones sobre lo que vemos, sobre quiénes se nos cruzan, las zonas de la ciudad que desconocemos y tenemos que atravesar para llegar a otro destino, en suma, qué nos pasa con los otros en la ciudad” (García Canclini, *Imaginario Urbano*,

65 Ver Proyecto SeCyT, Producción del escenario urbano cordobés y sus transformaciones: continuidades y discontinuidades en las disputas urbanas (2018-2021).

1997, pág 88)

Sin embargo, para pensar qué nos pasa con los otros en la ciudad, es necesario recordar que el espacio en el que nos relacionamos está estrechamente vinculado con determinadas lógicas económicas, y adscribimos a lo que sostiene Harvey cuando dice: “Desde sus inicios, las ciudades han surgido mediante concentraciones geográficas y sociales de un producto excedente. La urbanización siempre ha sido, por lo tanto, un fenómeno de clase, ya que los excedentes son extraídos de algún sitio y de alguien, mientras que el control sobre su utilización habitualmente radica en pocas manos” (Harvey, *El derecho a la ciudad*, 2008, pág. 24).

Esto vuelca nuestra atención a que la configuración de nuestras experiencias en la ciudad está atravesada por conflictos sociales, donde la administración y control del espacio cae en el ámbito estatal o privado. Con respecto al caso particular que se pretende investigar, el Mercado Norte, la aparición de este establecimiento en el año 1927 es una construcción más de una serie de construcciones que pretendieron dar a la ciudad de Córdoba un aspecto más urbanizado y moderno, en donde se puede ver que el capital tiene su importancia en inversiones urbanísticas. Retomamos aquí lo planteado por Boito y Espoz en *Urbanismo Estratégico y Separación clasista. Instantáneas de la ciudad en conflicto* (2014), cuando sostienen que el ordenamiento físico y sensible de las transformaciones de la ciudad tienden a constituir experiencias “entre los mismos de clase”, resultando en una ciudad fragmentada.

Antecedentes

Destacamos también, que el trabajo final de grado a desarrollar se enmarca en el proyecto de SECYT *Producción del escenario urbano cordobés y sus transformaciones: continuidades y discontinuidades en las disputas urbanas (2018-2021)*, dirigido por la Dra. María Eugenia Boito. Además de los autores y textos mencionados anteriormente, retomamos como antecedente fundamental dos trabajos incluidos en la compilación de Boito y Espoz en *Urbanismo Estratégico y Separación clasista. Instantáneas de la ciudad en conflicto* (2014): “*Esos cuerpos de la sospecha! Experiencia y sensibilidades de clase en el espacio del Buen Pastor*”⁶⁶ por Sofía Alicia e Ivan Zgaib, y “*Tramas conflictivas y dinámicas de interacción en el Parque de Las Tejas, Córdoba*”⁶⁷, por Paula Andrea Anun, Emilia Agostina

66 Boito y Espoz, 2014, *Urbanismo Estratégico y Separación clasista. Instantáneas de la ciudad en conflicto*, pág. 321

67 Boito y Espoz, 2014, *Urbanismo Estratégico y Separación clasista. Instantáneas de la ciudad en conflicto*, pág. 361

Pioletti y Paula Torres Ambos son trabajos finales de grado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, UNC, donde determinados espacios se analizan como escenarios de disputas.

Metodología

Retomando la metodología planteada en el proyecto *Producción del escenario urbano cordobés y sus transformaciones: continuidades y discontinuidades en las disputas urbanas (2018-2021)* nos ubicamos dentro de un paradigma cualitativo, de fuerte anclaje materialista. Dado el carácter exploratorio de este trabajo, la metodología se basará en el análisis de contenido de diversos textos y en su correspondiente búsqueda de bibliografía. El análisis va a tener en cuenta principalmente el uso de autores con la perspectiva de los Estudios Culturales y de las corrientes de los estudios latinoamericanos de la comunicación. El análisis de contenido se llevará a cabo: seleccionado conceptos de autores y llevándolos a la realidad de la ciudad de Córdoba; y también una operacionalización de variables que nos permita profundizar los fenómenos tomados en cuenta.

Resultados

Así, comenzamos a ver a la ciudad como un espacio de significación, un espacio imaginario y de intercambio simbólico, pero también como un espacio material configurado por matrices ideológicas e históricas que emergen de los modos de producción social.

Además, la ciudad, y las forma de habitar y vivir que propone, pretende ser un claro ejemplo de cómo las prácticas del capitalismo se hacen visibles. La ciudad es el espejo de cómo la concentración de capital produce tanto urbanismo como segregación, tanto progreso como marginalidad. La ciudad como objeto de estudio no está muy alejada de objetos de estudio propios de la sociología o la antropología: la ciudad permite y exige la participación multidisciplinar para entender aspectos fundamentales de la sociedad.

Bibliografía

BOITO, M. E. y ESPOZ, M. B. (Comp.) (2014). *Urbanismo Estratégico y Separación clasista. Instantáneas de la ciudad en conflicto*. Puño y Letra, Editorialismo de base, Rosario

García Canclini, N. (1997), *Imaginario urbano*, en *Pensamiento contemporáneo*, Serie aniversario; Eudeba, Buenos Aires.

García Canclini, N. (1990), *Culturas Híbridas*, por



EDITORIAL GRIJALBO, S.A. de C.V. Calz. San Bartolo Nauca Ipan núm. 282 Argentina Poniente 11230 Miguel Hidalgo, México, D.F.

discurso dado a los ingresantes de la Facultad de Letras de la UNC, 2019⁶⁹)

Harvey, D. (2008), El derecho a la ciudad

Harvey, El “nuevo” imperialismo : acumulación por desposesión, en *Socialist register* 2004 (enero 2005). Buenos Aires : CLACSO, 2005)

Margulis, M. (2002), La ciudad y sus signos, *Estudios Sociológicos*, vol. XX, núm. 3, septiembre-diciembre, pp. 515-536, El Colegio de México, A.C. Distrito Federal, México.

Dinámicas Urbanas de la Cultura, Ponencia presentada en el seminario “La ciudad: cultura, espacios y modos de vida” Medellín, abril de 1991. Extraído de la Revista Gaceta de Colcultura N°12, Diciembre de 1991, editada por el Instituto Colombiano de Cultura

A través de dos fuentes, ambas digitales, tenemos acceso a la apertura de sesiones del Concejo Deliberante de la Ciudad de Córdoba de 2019, realizadas el 1 de marzo y presididas por el Intendente capitalino, cargo que ocupa desde hace casi ocho años, Ramón Javier Mestre.

Las fuentes son, por un lado, el video transmitido en stream por el gobierno municipal en la red youtube,⁷⁰ y la desgrabación que al poco tiempo ya figura en el portal digital estatal.⁷¹

Si bien el texto lleva por título CONCEJO DELIBERANTE DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA, DISCURSO APERTURA DE SESIONES ORDINARIAS PERÍODO 2019, resulta enseguida evidente un detalle del mismo, solo pesquizable si se ha visto previamente el video de la apertura.

En primer lugar el texto presentado no tiene el formato típico de un discurso formal, escrito y corregido. Es más bien, como dijimos antes, la desgrabación del mismo... o eso intenta mostrar. Presenta un estilo que gana en frescura al abonar a la idea de cierta improvisación por parte del orador que, si no ha cometido demasiados tropiezos, se atribuirá un rasgo de soltura, inteligencia, lucidez y valentía.

El texto presenta formulaciones aparentemente personales, confesionales, de tú a tú. Sobran los puntos seguidos que constantemente llevan al lector a la suspensión del movimiento de comprensión. Algo queda, cada tres o cuatro oraciones, flotando como sobreentendido, escapando así a la crítica de la razón y dificultando el surgimiento del deseo de volver sobre la letra ya leída...

Es un texto que a través de esta sutileza sustrae al lector del trabajo de apropiación responsable, embarcándolo

UN CANDIDATO SE PRESENTA

Carlos G. Picco

FCC - UNC / carlospicco99@hotmail.com

Palabras claves: discurso; texto; imagen; candidato; campaña

“El estado entre no ser y ser, ese es el espacio donde, creo, debemos movernos, no sin zozobras pero siempre con decisión.

Porque llegar a ser, creerse tal o cual cosa, ambición que termina por ganarse los espíritus más pequeños, nos vuelve insulsos y ariscos.

Incluso nos inclina a engendrar el mal, que comienza allí donde unos se creen mejores que otros.”

(Francisco Bitar,⁶⁸

68 Francisco Bitar (Santa Fe, 1981). Narrador, poeta y ensayista. Publicó los libros de poemas *Negativos* (2007), *El Olimpo* (2009), *Ropa vieja: la muerte de una estrella* (2011) y *The Volturmo*

Poems (2015); y los libros de cuentos *Luces de Navidad* (premio Alcides Greca, 2014) y *Acá había un río* (2015). Con la crónica *Historia oral de la cerveza* (2015) se inició la publicación de la trilogía oral *El habla de la tribu*, que continuó en 2017 con *Mi nombre es Julio Emanuel Pasculli*. En el año 2012 obtuvo el premio Ciudad de Rosario por la novela corta *Tambor de arranque* y en 2017 el segundo premio del Fondo Nacional de las Artes por su libro de cuentos *Teoría y práctica*.

69 El texto completo puede encontrarse en <https://www.youtube.com/watch?v=P3HfYJajuFs&feature=youtu.be>

71 https://aperturasesiones.cordoba.gob.ar/wp-content/uploads/sites/18/2019/03/prensa_discurso_apertura_sesiones.pdf

más bien en la inercia de la inclusión de masa.^{72 73}

Esto -veremos- está además apuntalado por la proliferación de slogans vacíos -signos del pensamiento del líder de la masa- que aparecen por doquier. Un ejemplo: “Córdoba Capital Social”, que el Intendente enunciará con énfasis propagandístico y casi ridículo luego de emocionarse al hablar del apoyo incondicional de su familia.⁷⁴

Parece entonces que se ha preferido subir el texto oral del discurso antes que el discurso previamente diagramado. Como si la versión finalmente pública fuese mejor que la originalmente escrita, lo que refuerza -nos parece- la idea antes mencionada de soltura y por rebote, de masificación.

No obstante, si uno ha tenido la suerte, antes de encontrarse con este texto, de ser testigo de la transmisión en vivo, se dará cuenta de que las cosas no coinciden con exactitud y que el texto mismo intenta velar las modificaciones que respecto del video han operado los divulgadores.

Respecto de la transmisión en vivo, ésta respeta el guión que venimos describiendo. Al orador se lo observa, como es natural en esta época, suelto de cuerpo, sonriente y carismático, pero al mismo tiempo lo suficientemente serio y elegante como para dar la noción de madurez, jerarquía y liderazgo.

La apertura tiene lugar en el flamante edificio del Polo Educativo “Raúl Ricardo Alfonsín”, el cuarto de la ciudad, ubicado en la coyuntura entre los barrios Müller, Maldonado y Campo de la Rivera.

La apuesta, claro está, es política, de campaña. Tanto por la elección del espacio, por el nombre que se le ha dado tiempo antes, o por lo que de manera directa o indirecta en su alocución el Intendente vuelve a revelar: quiere ser el próximo gobernador provincial y esa es la principal coordenada que delimita el acto.

Recordando que el espíritu de la cuestión reside en

72 En un “todos pensamos lo mismo (que el líder)” en verdad nadie piensa. Es lo que S. Freud ejemplifica en *Psicología de las masas y análisis del yo* (1921) con la iglesia y el ejército.

73 Jacques Lacan decía al respecto que lo que idealiza de un líder no es tanto por ejemplo su oratoria, sino un signo ínfimo como puede ser el pequeño bigote de Adolf Hitler. Allí los sujetos ubicarán un anclaje para su fascinación, idea de completud, que es además su búsqueda perpetua. Podemos ver cómo, en esto, Mestre fracasa rápidamente más bien ahogado por las herramientas que provienen del show business y que no logran jamás el mismo efecto.

74 Aclaremos que no se trata aquí de criticar o burlarnos de la persona del Intendente cordobés, ni de su cargo, sino tan sólo de exponer ciertos giros enunciativos que, entre las dos fuentes que venimos trabajando nos llaman la atención por cuanto develan un trasfondo que nos interesa elucidar.

brindar al consumidor -la población votante- un producto -el candidato- que calce con algún anhelo posiblemente inexistente y creado en el mismo movimiento de oferta, esto se realizará entonces siguiendo las coordenadas que vamos describiendo.

Como decíamos, el escrito emula lo vivo, pero a través de ciertos recursos de borramiento y suspensión, que intenta provocar un adormecimiento del pensamiento. El texto deja muchas veces de lado las expresiones más personales del orador, poniendo en su lugar otras que suenan inmediatamente impostadas y que, podríamos pensar, abonan a cierta elevación idealizada de quien habla.

En cuanto al video, se trata de un espectáculo de lógica tinellista a la altura de la época, aunque cruzado por las coordenadas de un acto público.

Son allí justamente las pantallas gigantes las que, si uno no se ha dejado llevar por las mieles de la fascinación, pueden desmontar el circo.

Estos gigantes dispositivos led de alta definición no solo hacen al fondo de la escena visual, acompañando al Intendente de la ciudad en lo que es la creación -o a esta altura, la consolidación-, de su figura de candidato. Es por un detalle ínfimo que las pantallas son al mismo tiempo el péndulo del hipnotista y la orden de despertar.

Ramón Javier Mestre es un amo posmoderno, ésta es la ilusión que se propone al consumidor: joven, delgado y apuesto; respetuoso de las minorías y a la altura de las vanguardias; capaz del humor, dedicado a la vida familiar y creyente; transparente y apto de reconocer sus fallas, etc. Es la figura del tipo que manda y labura, que planifica en un escritorio pero luego camina la calle con agallas y corazón. En este sentido se ubica a buena distancia del amo clásico, que jamás se movía de su cómodo trono, o del moderno con mano de hierro.

Esta es la tipología de líder que proviene del neoliberalismo empresarial americano al que, cuando le sumamos un contexto de campaña política mezclado con la idiosincrasia de los votantes a los que se apunta, nos da por resultado la construcción de un personaje “bien de acá”⁷⁵ y que de tan perfecto, de tan consolidado, se ubica demasiado perfectamente en el lugar del ser -para aludir a la cita que propusimos al inicio-, lo que claro, tiene su peligro por insostenible.

75 Si bien no es el objetivo de estas líneas, nadie duda de que este tipo de figuras son claramente imposibles, irreales. Ningún sujeto podría soportar genuinamente estas características, sobre todo porque, como es bien sabido, en algún punto la cuestión siempre falla y tarde o temprano, en lo que respecta a lo humano, la agresividad aparece dando lugar a satisfacciones privadas que no se enmarcan en el lazo social.

Retomemos. Decíamos al principio que hay dos fuentes: el texto y la imagen. Agregamos luego que entre una y otra hay diferencias marcadas aunque siguen el mismo objetivo. Finalmente propusimos observar cómo las pantallas realizan una función que viene en nuestra ayuda, y esto, agreguemos ahora, en razón del tempo.

En la filmación, en comparación, incluso si se trata de un video subido a posteriori, nos encontramos con lo efímero de la inmediatez. Claro que es posible volver, reproducir nuevamente, pero sin embargo la inercia de la imagen nos empuja de otra manera, alienándonos al espectáculo en la misma medida en que nos sustrae del mundo.

Como elementos disuasorios, es decir, para que no nos resistamos demasiado a esta danza de embobamiento, la escena en vivo está enmarcada en un escenario que parece de banda de rock. Cargada por el brillo, la emocionalidad y el galanteo de quién preside la función, y favorecidos por las reacciones de un público que aplaude y vitorea de tanto en tanto.⁷⁶ Esto, claramente, se pierde en el papel.

¿Y qué es lo que sucede con las pantallas? En verdad es muy simple. Nadie duda de que el Intendente lee lo que dice aunque jamás de vuelta una hoja, ni tampoco que haya él mismo ensayado en repetidas ocasiones la puesta. Tampoco se duda de que el texto presentado en la web, como decíamos antes, no es igual al que el Intendente lee en las pantallas de acrílico a ambos costados de su atril.

Interpretamos entonces que este constructo permite introducir pares ordenados: frescura y firmeza, transparencia y corazón,⁷⁷ planificación y soltura, carisma y humildad, etc.

Podrá aquí observarse con facilidad que luego de la “y”, entre una y otra categoría, es posible agregar un “sin embargo”, con lo que por contraposición se refuerzan ambas. Esta reorientación es lo que ejecuta y opera simbólicamente los hilos de esta magnífica obra en HD. En ello reside la genialidad espectacular del montaje que, sin embargo, logra parecer increíblemente austero.

Pero entonces, ¿qué con las pantallas? La cuestión, decíamos, es simple. Tan solo hay que tomar distancia y mirar mejor para tener una idea más o menos clara de cómo funciona la maquinaria, lo que hemos intentado describir anteriormente.

Sucede que estos aparatos funcionan como el gran maestro de ceremonias. En su brillo y esplendor, activan sin embargo coherentemente los títulos de lo que el

76 Que también se ríe con sarcasmo y bostezo, aunque la cámara se apure en evitar estas imágenes

77 Así empieza el discurso, con una referencia personal, pues se trata de un momento fuerte para el orador que pide a su audiencia que le crean en este punto pues les habla desde el corazón.

orador va trabajando de manera acompasada. Es esto lo que rompe el maleficio en el que nos hemos sumido como votantes seducidos. O por lo menos lo que puede tirar por el suelo el fantasma de preciosa improvisación de la que se desprenden todas las otras características que de manera indirecta se abrochan a la persona del candidato haciéndolo, por ende, votable.

Concluamos que, en definitiva, el ritual se cumple al pie de la letra. Es decir, hay letra escrita por que antes hubo una lectura. Lo que importa, más allá de todo lo dicho y lo no escrito,⁷⁸ es lograr en el consumidor ese efecto de convencimiento dócil y satisfacción un poco imbécil que sólo se dará si el dispositivo ha sido exitoso en anular toda capacidad de raciocinio y discernimiento.

COMUNICACIÓN, POLÍTICA Y TRABAJO AGRARIO: LOS COSECHEROS DE YERBA MATE

Pividori, María Josefina

FCS - UNC / josepividori@gmail.com

Palabras claves: comunicación; política; espacio público; trabajadores rurales; organización sindical

Objetivo general

Comprender de qué modo las prácticas comunicativas públicas desarrolladas por el SITAJA contribuyen a su conformación como un actor gremial y político que disputa públicamente por el reconocimiento y el ejercicio de derechos de los trabajadores cosecheros de la yerba mate.

Objetivos específicos

. Caracterizar al actor colectivo que se configura a lo largo del proceso de movilización por el reconocimiento y ejercicio de derechos de los trabajadores cosecheros de

78 Cuestión que podría ser de interés para quien quiera ir a la letra y comparar el texto subido al sitio municipal y lo dicho realmente en el acto.

la yerba mate protagonizado por el SITAJA.

. Reconocer las prácticas comunicativas que dicho actor lleva a cabo en el marco de su conformación como un actor político litigioso y los sentidos que busca hacer públicos a través de dichas prácticas.

. Identificar cuáles son las limitaciones y potencialidades que ha tenido el SITAJA para la realización de esas prácticas en el espacio público y, por tanto, para el ejercicio del derecho a la comunicación.

. Reconstruir las concepciones sobre política, derecho, comunicación, espacio público, Estado y organización gremial que posee el SITAJA.

Fundamentación teórica

Desde una perspectiva cultural de la comunicación, la entendemos como el conjunto de prácticas que producen significados colectivos y que, por lo tanto, tienen carácter procesual, relacional y productivo. En la medida que la comunicación es una experiencia y es vivida como tal, “representa el espacio donde cada quien pone en juego su posibilidad de constituirse con otros” (Mata, 1985:1).

Es desde este enfoque de la comunicación que indagamos en torno a su articulación con la política. Tomamos la propuesta desarrollada por Caletti, quien afirma que la articulación entre comunicación y política pasa por la “restitución y discusión de la problemática del sujeto en el abordaje de los problemas sociales” (Caletti, 2001: 44), y proponemos comprender a dicho sujeto desde un enfoque de ciudadanía.

Esto implica dos cuestiones centrales. Por un lado, poner en primer plano “las dimensiones simbólicas de los procesos de formación de poder y ejercicio de la libertad y autodeterminación, lo que no puede dejar a un lado la cuestión de las mediaciones operadas por los medios en esos procesos” (Córdoba, 2013: 67). Y por otro lado, reconocer la centralidad que posee el espacio público para la ciudadanía, en tanto lugar y referente de la acción pública, como espacio privilegiado para alcanzar la publicidad. En este sentido, proponemos comprenderlo como el “espacio donde los habitantes se presentan, se reconocen y confrontan abiertamente por medio de la palabra o de la acción, constituyéndose a sí mismos en su relación con los otros” (Caletti, 2001:47).

Analizar las prácticas desplegadas por el SITAJA en el espacio público implica reconocer las características específicas que rigen su funcionamiento. Identificamos la existencia de un régimen de visibilidad dominante cuyo funcionamiento se asienta en unas tecnologías y unas lógicas de producción y circulación que privilegian determinados modos de enunciación por sobre otros (Caletti, 2000). Al tiempo asumimos que todo ello se

realiza en el contexto de unas sociedades mediatizadas, cuya característica central se define por la presencia de los medios y las tecnologías de la comunicación organizando un nuevo modo de estructuración de las prácticas sociales (Mata, 1999). De este modo, y acorde a lo que señala Córdoba “los medios importan a la política y a la ciudadanía, entonces, no tanto por el impacto ideológico de sus mensajes, sino por su rol en la configuración de lo público y lo privado, el espacio y el tiempo, la cotidianidad y la sensibilidad” (Córdoba, 2013: 67).

Es por ello que analizaremos los rasgos particulares que el proceso de mediatización asume en la escena pública contemporánea local, como una condición que habilita la comprensión del accionar de las organizaciones político-gremiales de trabajadores agrarios y del SITAJA en particular, cuyas prácticas comunicativas de carácter público asumen las lógicas y los dispositivos de enunciación propios de los medios masivos y de las nuevas tecnologías de la información.

En relación a las experiencias colectivas de los trabajadores de este sector, en nuestro país en general y en la provincia de Misiones en particular, hay escasos antecedentes de organizaciones político-gremiales de trabajadores agrarios. Podemos identificar dos entidades propiamente dichas que son FATRE (experiencia organizativa durante la década del cincuenta) y UATRE (a partir de los ochenta nuclea a los trabajadores agrarios de todas las ramas del país). Estas dos asociaciones de trabajadores son el antecedente con el que contamos como experiencia de organización, aunque, adicionalmente existen otras organizaciones más pequeñas de trabajadores agrarios. Sin embargo, nos centraremos en una en particular que nuclea exclusivamente a cosecheros de yerba mate.

Metodología

Esta investigación se propone como un estudio de carácter exploratorio en tanto pretende indagar, desentrañar y comprender las prácticas comunicativas públicas desarrolladas por el SITAJA y cómo éstas contribuyen a su conformación como un actor gremial y político que disputa públicamente por el reconocimiento y el ejercicio de derechos de los trabajadores cosecheros de la yerba mate. Asimismo, y dado que no hemos accedido a investigaciones previas que trabajen la articulación entre comunicación y trabajo agrario en el sentido que aquí lo hemos planteado, esta investigación constituye un primer acercamiento de tipo “exploratorio” ya que nos otorga la posibilidad de “indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas o ampliar las existentes” (Hernández Sampieri, 2006: 115). Por el tipo de preguntas que constituyen a nuestro problema de investigación, se desarrollará desde una perspectiva paradigmática

interpretativa y un enfoque metodológico cualitativo.

Estudio de caso: el Sindicato de tareferos de Misiones

La presente investigación se propone trabajar con un grupo de trabajadores rurales cosecheros de yerba mate, nucleados en el Sindicato de tareferos de Misiones, en dicha provincia. En cuanto a la delimitación del campo empírico, esta investigación se centrará principalmente en las localidades de Jardín América, Andresito y Oberá. Asimismo, el recorte temporal para nuestro objeto de estudio será desde el año 2011 hasta la actualidad.

En términos de método, tomaremos la propuesta que desarrolla Robert Yin (1989), quien considera al estudio de caso como apropiado “para temas que se consideran prácticamente nuevos” (1989:23). En este sentido, abordar la problemática con este método nos permitiría dar cuenta de cómo y por qué esta organización realiza sus prácticas de una manera y no de otras; focalizar en un tema determinado, en este caso, vinculado a la organización sindical de cosecheros de yerba mate y finalmente, nos permite desarrollar un primer acercamiento a un tema que no ha sido estudiado previamente.

Dentro de las perspectivas interpretativas de investigación, los estudios de caso se reconocen como estrategias adecuadas para abordar fenómenos de causalidad compleja. Es el caso de esta investigación, en la medida que pretendemos comprender la emergencia y consolidación de un actor sindical con características inherentes particulares, cuyo proceso organizativo cobró impulso en un período histórico específico, constituyéndose como un actor con presencia e incidencia en la escena política local, y desarrollando en ese marco un conjunto de prácticas comunicativas y estrategias asociadas a éstas que revisten carácter novedoso para el sector de los tareferos.

Para el enfoque cualitativo, lo que se busca es obtener datos de personas, seres vivos, comunidades, contextos o situaciones en profundidad, en las propias “formas de expresión” de cada uno de ellos. Siguiendo a Hernández Sampieri, “la recolección de datos ocurre en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes” (Hernández Sampieri, 2006: 616). Acorde a esta formulación, utilizaremos tres técnicas de recolección de datos como guías para nuestra investigación (Yin, 1994), teniendo en cuenta que las mismas pueden variar según el contexto particular de los actores.

Dichas técnicas de recolección son: documentos, entrevistas y observación participante (Yin, 1994).

. Observación participante. Se utilizarán notas de campo producto de observaciones en las cuales la organización desarrolló prácticas comunicativas públicas como así

también en espacios organizativos internos.

. Análisis documental. Se trabajará con diversas fuentes documentales como documentos de difusión pública: gacetillas de prensa y comunicados; documentos periodísticos; material fotográfico.

. Entrevistas. Se realizarán entrevistas semi-estructuradas. Podemos caracterizar a los actores según: grado de responsabilidad en la organización; el rol como delegado de base en el territorio; la edad; algún integrante que venga de otra experiencia organizativa previa y la voz de las mujeres como trabajadoras.

Bibliografía

CALETTI, S. (2001) “Siete tesis sobre comunicación y política”. En *Diálogos de la comunicación*, N° 63, Bogotá, FELAFACS. Pp. 36-48.

CÓRDOBA, M.L. (2013) “Medios masivos y ciudadanía: Conceptos y prácticas para la democratización del espacio público mediatizado. El caso de la Coalición por una Radiodifusión Democrática (Argentina, 2004-2009)”. Tesis Doctoral.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C. y BAPTISTA LUCIO, P. (2006). *Metodología de la Investigación*, Cuarta Edición. Mc Graw Hill Interamericana Editores, SA de C.V, Iztapalapa. México D. F.

MATA, M. C. (1985) “Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva”. En

“Módulo 2”, *Curso de Especialización Educación para la comunicación*. Buenos Aires, La Crujía. 16 p.

YIN, R.K. (1994). *Case Study Research – Design and Methods, Applied Social Research Methods* (Vol. 5, 2nded.), Newbury Park, CA, Sage.

ESCENARIOS, TERRITORIO Y TURISMO EN LA REGIÓN DE MAR CHIQUITA, ARGENTINA

del Campo, María Lis

**Escuela de Nutrición - FCM - UNC /delcampo.
marialis@gmail.com**

Remondegui, Mara

FCC - UNC / mararemondegui@gmail.com

Palabras claves: urbanización; turistificación; ideología; imágenes; comunicación

Notas preliminares para el abordaje de la relación imágenes, territorio y turismo

El turismo ha venido emergiendo como fundamento de intervenciones estatales y del mercado a través de su rol como motor del desarrollo de las economías regionales y el desarrollo sustentable. Este impulso se produce en articulación con un amplio proceso de patrimonialización estructurado sobre la recuperación/revitalización de saberes, objetos, prácticas y lugares considerados dignos de conservación.

En el marco del proyecto de investigación del que participamos se vienen indagando estos procesos.⁷⁹ Allí, se advierte cómo esta articulación entre patrimonialización y turismo interviene modificando el campo de la cultura en que este último se posiciona como práctica social y como política de Estado a partir de constituirse como pautas de consumo que operan como políticas de regulación de la sensibilidad. En este sentido, todo aquello con potencial para generar valor turístico se vuelve susceptible de patrimonialización, con lo que opera la síntesis de la realización del capital en que se vende y compran “paquetes de experiencia” (Espoz; 2017, p. 332). De esta manera, en los discursos estatales analizados se observa al turismo representado

79 2018 - 2019 - Proyecto “Urbanizaciones turísticas en la provincia de Córdoba en la última década: trama y conflictos socio-urbanos en contextos de patrimonialización y turistificación”. Proyectos CONSOLIDAR 2018 - 2021. Facultad de Comunicación - UNC. Directora: Belén Espoz.

como dinámica de organización territorial asociada al desarrollo y al progreso con una amplia aceptación que enmascara su dimensión conflictiva, es decir la disputa por el sentido con las comunidades que cotidianamente habitan esos territorios.

La idea de patrimonio tiene como referente básico la idea de ‘autenticidad’ que transfiere valor al ‘origen’, aquello más autóctono, más típico de un territorio, tanto en el ámbito de la naturaleza como de la cultura, con lo que se configura una “retórica de la autenticidad” con sus formas, lenguajes y narrativas vinculada a la producción de valor (Frigolé, 2014, p. 34).

Espoz (2017) identifica algunos hechos significativos en la política pública que reforzaron la relación entre identidad cultural, desarrollo económico y turístico: la sanción de la Ley Nacional de Turismo (2004); la reconfiguración de la Secretaría de Turismo en Ministerio (2010), cuya expresión más contundente es el diseño del Plan Federal Estratégico de Turismo; la remodelación del calendario festivo de la Nación, la inversión en espacios destinados a ‘la cultura’ y las intervenciones y eventos realizados en todo el país con motivo del Bicentenario de la patria.

En la provincia de Córdoba, el Plan Estratégico de Turismo Sustentable por Regiones (2006), en articulación con estrategias del gobierno municipal, impulsó una diversidad de intervenciones destinadas a posicionar a la ciudad y la provincia como imágenes-marca a nivel internacional (Espoz y del Campo, 2018). “Córdoba todo el año”, “Viví Córdoba” operan entonces como ‘marcas’ que abordan aspectos mercantilizables de la provincia (paisajes, culturas, historia), a la vez que constituye una modalidad de comunicación política y de gestión del Estado vinculada a la transparencia y el desarrollo sustentable. Como continuación de este reordenamiento de la producción espacial, con base en la turistificación del espacio y todo lo que en él se encuentra, van cobrando visibilidad territorios devenidos en urbanizaciones turísticas y el borramiento de la distinción urbano y rural.

Debord (1967/1995) advierte cómo el urbanismo de Estado “que destruye las ciudades, reconstituye un *pseudo-campo*” (p. 57) que carece de las referencias naturales y relaciones sociales directas propias del medio rural. En esta dirección, se trata de un “territorio acondicionado” que recrea las condiciones del hábitat y de control espectacular. Así, la vuelta a la naturaleza y lo rural se interpretan sin conflictos a la luz de categorías urbanas vinculadas al desarrollo y el progreso operando la ruptura con el tiempo histórico sobre el cual han sido construidas.

Si, continuando con Debord, las sociedades espectaculares están compuestas por relaciones entre personas mediadas por imágenes (Tesis 4), nos interesa observar algunas de esas imágenes a fin de indagar

esas mediaciones especializadas que regulan los modos estético-cognitivos que modifican modos de estar, sentir y percibir la territorialidad, la relación con otros/as y con nosotros/as mismos/as. En este trabajo indagamos las imágenes en tanto construcciones visuales de la región de Mar Chiquita, y los sentidos deteniéndonos en particular en la creación del Parque Nacional Ansenzuza. Intentamos comprender no sólo sus modos y usos, sino también las relaciones discursivas e intertextuales que se presentan en las imágenes, así como su conexión con el campo social (Triquell, 2010). Para ello analizamos material de archivo del diario La Voz del Interior⁸⁰ de la última década. Asimismo, utilizamos otras fuentes mediáticas a fin de enriquecer el análisis.

El Mar de Ansenzuza

La actual Región de Ansenzuza, denominada Área Mar Chiquita por los Decretos de Regionalización N° 552/86 y N° 554/86 que delimitan la división turística de la Provincia de Córdoba, se ubica al noreste de esta y ocupa la zona de influencia de la Laguna Mar Chiquita (actualmente Mar de Ansenzuza). Es un cuerpo de agua salada de unos 6.000 km² con una planicie inundable y los Bañados del Río Dulce que se extienden hacia el norte (abarca aproximadamente 10.000 Km²).

En 2006, el Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Córdoba explicitaba:

“La atraktividad del paisaje, las características de la reserva, las propiedades terapéuticas de este espejo de agua, así como las características del clima de la región se complementan con una variada oferta recreativa: actividades náuticas, pesca, esparcimiento en balnearios, playas, casino y una exquisita gastronomía. Además, es conocido el alto valor de la producción agrícola-ganadera de la zona, lo cual la convierte en una región potencial para el desarrollo del turismo rural” (p. 31):

En paralelo, la Guía de Orientación para Inversores en Turismo del Gobierno de la Provincia de Córdoba (2006) la postulaba como “una zona con altísimo potencial para su desarrollo” (p. 46) en función de los recursos naturales, balneología, actividades recreativas (recorridos de interpretación, observación de fauna, actividades náuticas, pesca, playa) y productivas (como la industria peletera y la explotación agrícola-ganadera). En este documento los municipios que abarca la región son las localidades de Miramar, Balnearia, Brinkman, La Para, Marul y Morteros. En fuentes más recientes (PET – Balnearia, 2017 y Agencia Córdoba Turismo, s/f), Ansenzuza está conformada por los municipios de Balnearia, La Para, Marul y Miramar y sus áreas de influencia abarcando una superficie aproximada terrestre de 2000 km² y una superficie lacustre aproximada de

3000 km².

La importancia turística de la región se basa en su reconocimiento como la mayor superficie lacustre de Argentina, el mayor lago salado de Sudamérica y el quinto en el mundo, su declaración como Reserva Natural Provincial (1994), su integración a la Red Hemisférica de Reservas de Aves Playeras (1989), su declaración como Área Importante para la Conservación de Aves Humedal de Importancia Internacional por la Convención RAMSAR de UNESCO, lo que le ha valido su reconocimiento internacional basado en la conservación de especies migratorias. Así, en el contexto de la puesta en valor de la región como reserva natural y su biodiversidad, a comienzos del año 2017 se firmó un Convenio de Cooperación entre la Administración de Parques Nacionales y el Gobierno de la Provincia de Córdoba para la creación de dos parques nacionales: la Estancia Pinas (Parque Nacional Traslasierra) y el Parque Nacional Ansenzuza⁸¹. Este último sería el parque más grande del país con 800.000 hectáreas.

Si bien en 2018 la creación del PN parecía inminente, en la actualidad se encuentra en proceso catastral y de delimitación. Para su concreción el estado provincial debe sancionar una ley para la cesión de jurisdicción a la Nación.

Postales de la Mar

En su recorrido y crítica por la obra de Walter Benjamin, Buck- Morss (2005) remarca que la técnica, como herramienta de poder y control del ser humano, recae sobre los sentidos y las percepciones del cuerpo humano, dejándolo vulnerable a todo lo que él mismo produce: “en el gran espejo de la tecnología, la imagen que vuelve está desplazada, reflejada en un plano diferente, en el que uno se ve como un cuerpo físico divorciado de la vulnerabilidad sensorial; un cuerpo estadístico, cuyo comportamiento puede ser calculado; un cuerpo actuante cuyas acciones pueden medirse de acuerdo a la norma; un cuerpo virtual, que puede soportar los shocks de la modernidad sin dolor” (p. 211). Así, el urbanismo escenográfico y el planeamiento estratégico conciben el territorio en fragmentos. De allí que la producción de “postales” proporciona una porción desintegrada, que recorta el *continuum* territorial mientras revaloriza determinados lugares potencialmente explotables simbólica, económica e ideológicamente (Vera y Roldan, 2015).

En nuestro recorrido mediático identificamos dos tipos de postales que proyectan el territorio como cristalización y reproducción de imagen de Ansenzuza deseada/ideal para el disfrute.

La primera presenta un escenario urbano en crecimiento: Miramar (lindante a la Mar Chiquita), como localidad que progresa y se propone como “marco perfecto” (LVI, 2015). El embellecimiento y ampliación de la típica costanera (obra del gobierno provincial) cumple una doble función: como “defensa”⁸² y como “paseo costero”, que brinda “otra imagen para los visitantes”, dado que “los turistas se adueñaron de este paseo para recorrer mirando a ‘la’ mar en un ambiente de tranquilidad y seguridad” (LVI, 2014). El ecosistema natural se muestra como “hogar” de la diversa avifauna, “santuario natural” teñido de rosa por la población de flamencos (LVI, 2018). El argumento central es la creación del PN, a la vez que es extraído de toda relación social. Paisaje que propone una especie de ‘refundación’ que desplaza a pobladores locales hacia relatos del pasado mientras escribe un presente de naturaleza, pisada exclusivamente por turistas.

La postal segunda muestra una ruralidad que pone en duda el sentido de la creación del PN mediante el reclamo por la gestión del territorio y la conservación de las prácticas agrícolas y ganaderas “ancestrales” (LVI, 2018). No obstante, la conflictividad del argumento se desdibuja con la fotografía de una colonia de flamencos levantado vuelo y la relativización del cuestionamiento: “el Río Dulce es el corazón de los productores rurales de la zona, pero también es una arteria al futuro”. (LVI, 2018).⁸³

Conclusiones

Las postales descriptas permiten indagar la construcción de imagen como productora de narrativas que configuran sensibilidades sociales (Espoz, Michelazzo y Sorribas, 2010), como paisaje natural mediatizado y mercantilizado que se refuerza en la conexión del discurso mediático con el Estado y el mercado. Operan así mecanismos de regulación de la matriz de percepción social (Buck-Morss, 2005) como correlato de la intervención material del territorio mediante el borrado de la conflictividad que atraviesan las comunidades que lo habitan.

Bibliografía

- Benjamin, W. (1994). *La obra de arte en la época de su reproducción técnica (Urtext)*. (1ª ed). México: ITACA.
- Buck- Morss, S. (2005). *Walter Benjamin, escritor*

82 Recordemos las inundaciones que afectaron la localidad en los años 1959, 1977 y 2003.

83 En otra edición el reclamo aparece como minoritario: “Para la mayoría de los cordobeses, la creación de un parque nacional en la laguna Mar Chiquita y los Bañados del Río Dulce fue recibida como una buena noticia. (...) Pero para Zulema (70 años) fue una ingrata sorpresa”. (LVI, 2019).

revolucionario. Buenos Aires: Interzona.

Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Revista Observaciones Filosóficas. (Versión Original 1967). Recuperado de: <https://observacionesfilosoficas.net/download/sociedadDebord.pdf>

Espoz, MB. (2016). “Apuntes sobre el turismo. La regulación del disfrute vía mercantilización cultural”. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (133), 317 – 334. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11086/>

Espoz, MB y del Campo, ML. (2018). “Estrategias de comunicación política: sentidos del patrimonio y el turismo en Córdoba (2010 - 2018)”. Question, 1 (60), e103. Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/4840>

Espoz, MB, Michelazzo, C, Sorribas PM. (2010). “Narrativas en conflicto sobre una ciudad socio-segregada. Una descripción de las mediaciones que las visibilizan. En Adrián Scribano y Eugenia Boito (Comps.), *El purgatorio que no fue. Acciones profanas entre la esperanza y la soportabilidad* (pp.83 - 102). 1ª ed. Buenos Aires: Fundación Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad – CICCUS.

Frigolé, J. (2014). “Retóricas de la autenticidad en el capitalismo avanzado”. *ÉNDOXA: Series Filosóficas*, (33), 37-60. Recuperado de <http://revistas.uned.es/index.php/endoxa/article/view/13564/12262>

Triquell, A. (2015). “Hacer (lo) visible la imagen fotográfica en la investigación social”. *Reflexiones*, 94, (2), 121-132. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72946471009>>

Vera, P, Roldán, D y Pascual, C. (2015). “La construcción escenográfica de la ciudad. Espacio público, turismo e itinerarios en Rosario (Argentina)”. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (130), 199 - 219. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5792120>

Fuentes digitales consultadas

Gobierno de Córdoba. (2006). Plan Estratégico de Turismo Sustentable. Provincia de Córdoba. Recuperado de https://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2018/08/Plan_Estrategico_de_Turismo_Sustentable_-_CAPITULO_1.pdf

Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda. (2017). Plan de Fortalecimiento Institucional. Balnearia. Provincia de Córdoba. Subsecretaría de Planificación Territorial de la Inversión Pública. Argentina. Recuperado de <https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/>

[planes-loc/Cordoba/Plan-Estrategico-Territorial-Balnearia.pdf](#)

Agencia Córdoba Turismo. Ansenzuza. Recuperado de <https://www.cordobaturismo.gov.ar/region/mar-chiquita/>

Gobierno de Córdoba. (2006). Guía de Inversores para el turismo. Provincia de Córdoba. Recuperado de <https://turismoencordoba.net/inversiones.pdf>

Miramar sorprende con nueva costanera. (14/01/2014). *La Voz del Interior*. Recuperado de <https://www.lavoz.com.ar/regionales/miramar-sorprende-con-nueva-costanera>

Mar Chiquita volvió a crecer tras una década. (25/01/2015). *La Voz del Interior*. Recuperado de <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/mar-chiquita-volvio-crecer-tras-una-decada>

Parque Ansenzuza más cerca. Ya hay fondos de un filántropo. (31/10/2018). *La Voz del Interior*. Recuperado de <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/parque-ansenuza-mas-cerca-ya-hay-fondos-de-un-filantropo>

Schiaretti anunció que extenderán la costanera de Miramar. (17/5/2018). *La Voz del Interior*. Recuperado de <https://www.lavoz.com.ar/politica/schiaretti-anuncio-que-extenderan-la-costanera-de-miramar>

Ciudadanos piden que el parque nacional Ansenzuza los deje seguir trabajando. (8/4/2018). *La Voz del Interior*. Recuperado de <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/piden-que-el-parque-nacional-ansenuza-los-deje-seguir-trabajando>

Proponen crear un “área campesina protegida” al norte de Mar Chiquita. (17/03/2019). *La Voz del Interior*. Recuperado de <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/proponen-crear-un-area-campesina-protegida-al-norte-de-mar-chiquita>

LA PLAZA: ENCUENTRO Y RESISTENCIA.

LA RELEVANCIA DE LA CATEGORÍA LUGAR EN LA CONSTRUCCIÓN IDENTITARIA DE UN MOVIMIENTO SOCIOTERRITORIAL

Isidro, María Eugenia
CONICET - UNRC / mariaeugeniaisidro@gmail.com

Palabras claves: identidad; agronegocio; significaciones; territorio; acciones colectivas

Algunas aclaraciones teóricas

Ante todo, resulta importante definir qué entendemos por movimiento socioterritorial. Esta noción surge a partir de los planteos del geógrafo brasileiro Bernardo Mançano Fernandes quien enfatiza la idea de que éstos y los movimientos sociales “son un mismo sujeto colectivo o grupo social que se organiza para desarrollar una determinada acción en defensa de sus intereses, en posibles enfrentamientos y conflictos, con el objetivo de la transformación de la realidad” (Fernandes, 2006: 8). La diferencia radica en la perspectiva desde la cual se los analiza. En este sentido, cobra vital relevancia el territorio, el cual es definido por Fernandes (2006) como un espacio apropiado por una determinada relación social que lo produce y lo mantiene a partir de una forma de poder.

Con la finalidad de lograr sus objetivos, los movimientos sociales construyen espacios políticos, se espacializan y promueven cambios en el territorio a partir de procesos de territorialización, desterritorialización y reterritorialización (Fernandes, 2006) en los que también se define y redefine su identidad.

Lejos de pensarse como esencia, como rasgos preestablecidos, la identidad es una construcción; es relacional en tanto depende de la relación entre un “nosotros” y los “otros”; la identidad es un proceso por ende no permanece inmutable al paso del tiempo, es el resultado siempre dinámico de una construcción permanente.

En este trabajo, partimos de que el lugar adquiere relevancia en la vida cotidiana de los movimientos socioterritoriales, en el desarrollo de sus acciones y, por ende, en la construcción de su identidad.

Retomamos el concepto de 'lugar' que propone el geógrafo Jonh Agnew (1987) que contempla tres dimensiones: localidad, ubicación y sentido de lugar.

La *localidad* refiere a los marcos formales e informales dentro de los cuales están constituidas las interacciones sociales cotidianas. Comprende los escenarios y contextos que son usados de manera rutinaria por los actores sociales en sus interacciones y comunicaciones cotidianas.

La *ubicación* es el espacio geográfico concreto. Incluye la localidad la cual está afectada por procesos económicos y políticos que operan a escalas más amplias.

La tercera dimensión, *el sentido de lugar*, hace hincapié en las orientaciones subjetivas que se derivan de vivir o actuar en un lugar particular, respecto al cual se desarrollan sentimientos de apego a través de experiencias y memorias. El sentido de lugar expresa entonces el sentido de pertenencia a lugares particulares. La experiencia adquiere centralidad en este planteo ya que es la que "carga" de sentido al lugar; el lugar, entonces, es considerado como "acumulación de sentidos" o como "acumulación de significados" (Torres, 2011).

Estos tres elementos se influyen y constituyen entre sí por lo que, sólo con ánimos analíticos, los observamos de manera desagregada.

Sobre el caso y la metodología

En el marco de esta investigación se tomó como caso de estudio a la Asamblea Río Cuarto sin Agrotóxicos, un movimiento socioterritorial de carácter ambiental que surgió en el año 2012 como resistencia al agronegocio en Río Cuarto, una ciudad mediana del sur de la provincia de Córdoba. Demandas concretas y acciones colectivas frecuentes en defensa del territorio y en contra de todo aquello que perjudique la vida en él; reuniones asamblearias periódicas y toma de decisiones colectivas; trabajo en red con otras organizaciones y la permanencia de sus miembros que posibilita una proyección a largo plazo y la construcción de sentidos y valores compartidos, son elementos que nos habilitan a referirnos a este colectivo como un movimiento social con un fuerte arraigo territorial.

Con el objetivo de analizar el proceso de construcción identitaria del movimiento socioterritorial, en la investigación se siguieron los lineamientos generales el método etnográfico. La observación participante que comenzó allá por inicios de 2016 y que duró alrededor de dos años, fue la técnica principal del proceso de investigación.

La Plaza, lugar de encuentro y resistencia

Si para Agnew la ubicación es el espacio geográfico en el que los actores sociales interactúan, en nuestro caso de estudio debemos referirnos a la ciudad de Río Cuarto y, por ende, no podemos obviar las dinámicas político-económicas que la atraviesan y constituyen.

El modelo de agronegocio caracterizado por el uso de las biotecnologías con estándares internacionales ha colocado a Argentina entre uno de los grandes exportadores mundiales de cultivos transgénicos lo que ha generado un crecimiento de las exportaciones y la economía nacional al mismo tiempo que ha significado una reestructuración del sistema agrario tradicional (Svampa y Viale, 2014). Río Cuarto, en tanto ciudad intermedia emplazada en el núcleo de producción agrícola, no se encuentra exenta de esta lógica internacional ya que el agronegocio y sus implicancias no se restringen solamente al espacio rural.

Muchas ciudades cercanas a los núcleos agrarios productivos se convierten en centros de servicios y comercialización de productos agrícolas. El término "agrociudad" puede servir para designar a esas ciudades ya que se trata de un concepto que permite pensar la relación entre lo urbano y lo rural desde una posición superadora a la típica dicotomía entre ciudad y campo (Cimadevilla y Carniglia, 2009). Se trata de ciudades medianas e intermedias que actúan como centros de comercio y servicios en una región con predominio de la actividad agropecuaria. Así, por ejemplo, en Río Cuarto funcionan comercios proveedores de insumos, casas matrices de empresas agropecuarias nacionales y regionales, bancos que ofrecen servicios financieros para el ámbito agropecuario, instituciones públicas y privadas vinculadas a la actividad, industrias transformadoras de productos agropecuarios, entre otros (Maldonado y Finola, 2017).

Es en este marco que la Asamblea Río Cuarto sin Agrotóxicos surge y se consolida en tanto movimiento socioterritorial desarrollando sus acciones colectivas e interacciones cotidianas en diferentes *localidades*. En este caso, nos detendremos en una de ellas: la plaza central de la ciudad de Río Cuarto que fue y sigue siendo el lugar elegido por diversos actores colectivos para manifestarse.

Esta plaza, que inicialmente se llamaba Plaza de la Concepción, actualmente lleva el nombre de Julio Argentino Roca, político y militar argentino que propició el genocidio de pueblos originarios durante la "campana del desierto", denominación que no ha estado exenta de críticas y controversias. Protagonista de remodelaciones varias, se caracteriza por amplias veredas, algunos espacios verdes cercados en donde crecen algarrobos, plátanos, robles, cedros y tilos, árboles cuyas copas albergan a las ruidosas golondrinas que le dan un toque de distinción a la Plaza central.

A partir de la observación participante en diversas acciones protagonizadas por los integrantes del movimiento socioterritorial se pudieron dilucidar ciertos *sentidos* vinculados a este lugar.

Relevancia de lo público. Sin tener un lugar fijo para hacer las asambleas quincenales, la neutralidad es la condición más importante a la hora de elegir dónde se efectuarán las reuniones. Es común que, durante los periodos de buen tiempo, las reuniones se realicen en diferentes espacios públicos, al aire libre principalmente en plazas ubicadas sobre todo en lugares céntricos para favorecer la llegada de quienes viven en diferentes sectores de la ciudad, en este sentido, la Plaza central ha sido el escenario elegido.

El roble, “nuestro arbolito”. Si bien prevalece el cemento, en la plaza se encuentran árboles de diferentes especies que le dan vida. Entre los árboles que ocupan los espacios verdes se destaca un arbolito enrejado, un roble que se convirtió en el lugar elegido por el movimiento para concentrar sus actividades en la Plaza. Se trata de un punto de encuentro para todos aquellos que participan de las acciones promovidas por el colectivo además de ser el lugar elegido para realizar diferentes intervenciones. El arbolito enrejado como testigo de la resistencia al agronegocio.

Posibilidad de apertura. Hacer las reuniones asamblearias en una plaza pública le da visibilidad al movimiento, a sus acciones y demandas, al mismo tiempo que le abre la posibilidad de que cualquier vecino se pueda sumar. El movimiento se autoidentifica como un espacio abierto y, por su carácter asambleario, se es parte de él participando de las reuniones y acciones colectivas, por ende que éstas sean en espacios tan transitados favorece esa instancia de apertura.

Alternativa comunicacional. Ante la invisibilidad de los medios de comunicación hegemónicos (Isidro, 2016), el movimiento socioterritorial encontró en el espacio público una manera alternativa de hacer visible sus demandas: *“estuvimos sábado tras sábado en la plaza charlando mano a mano con la gente. Nos fuimos con la semillita, nos fuimos con la huerta vertical, tratamos por todos los medios de hacernos visibles y de escuchar a la gente”*⁸⁴. La plaza, en tanto espacio apropiado, le ha permitido, en tiempo de grandes medios y de redes globalizadoras, volver a revalorizar el contacto cara a cara, el boca en boca.

A modo de cierre

Concebir el lugar desde una mirada compleja es entender que trasciende lo físico para situarse en los aspectos relacionales que esa categoría espacial es capaz de

84 Intervención de una de las integrantes del movimiento en la charla-Debate: “Movimientos Sociales en disputa por el territorio: agronegocio, acción colectiva y medios de comunicación”. Teatrino de la Trapalanda, Río Cuarto. 2 de septiembre de 2016.

producir.

Pensar la identidad de los actores colectivos es considerarlos insertos en una red de relaciones que los vinculan a los lugares donde llevan adelante esas interacciones efectivamente se producen y, a partir de ellas, se delinear procesos de identificación.

Al considerar las identidades de los movimientos sociales como procesos dotados de cierta complejidad y en constante reconstrucción, pero referidos a un espacio apropiado y disputado, es decir como procesos estrechamente vinculados a lo espacial, adquiere relevancia para su análisis el concepto de lugar y la interrelación entre sus tres componentes localidad, ubicación y sentido de lugar.

Bibliografía

- Agnew, J. (1987) “Place and politics: the geographical mediation of state and society”. Boston: Allen & Unwin.
- Cimadevilla, G. y E. Carniglia (2009) “La ruralización de la ciudad pampeana”. En: Cimadevilla, G. y E. Carniglia (Coord.) Relatos sobre la rurbanidad. Río Cuarto: Editorial Universidad Nacional de Río Cuarto.
- Fernandes, B. (2006) “Movimientos socioterritoriales y movimientos socioespaciales. Contribución teórica para una lectura geográfica de los movimientos sociales”. Recuperado de <http://www.acaoterra.org/IMG/pdf/Movimientos-socioterritoriales-y-movimientos-socioespaciales.pdf>.
- Isidro, M. E. (2016) La Asamblea Río Cuarto sin Agrotóxicos en el tratamiento informativo de Telediario. Trabajo Final de Licenciatura. Dpto. de Ciencias de la Comunicación, Fac. de Ciencias Humanas, UNRC. Inédito.
- Maldonado, G. y A. Finola (2017) “Ciudad y modernización agropecuaria. Río Cuarto como plataforma para la territorialización de las transformaciones agropecuarias”. En Boletín de Estudios Geográficos N° 107. Instituto de Geografía - Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza, Argentina.
- Oslender, U. (2002), Espacio, lugar y movimientos sociales: hacia una “espacialidad de resistencia”. Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales, Universidad de Barcelona, vol. VI (115). Disponible en: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-115.htm>.
- Svampa, M. y E. Viale (2014) “Maldesarrollo. La Argentina del extractivismo y el despojo”. Buenos Aires: Katz.
- Torres, F. (2011) Territorio y lugar: Potencialidades para el análisis de la constitución de sujetos políticos: El caso

de un movimiento de desocupados en Argentina. En Geografiando, año 7 no. 7, p. 209-238.

CONSTRUCCIÓN DE ENTORNOS PARA EL TURISMO: LOS TÚNELES DE TANINGA Y EL CIRCUITO DEL CABRITO (DEPARTAMENTO POCHO, CÓRDOBA)

Torres, Paula

CIECS - CONICET

Salcedo Okuma, Luis

SECyT-UNC

Palabras claves: turistificación; circuitos; paisaje; experiencia; consumo

Introducción

Este trabajo forma parte de algunas de las reflexiones generadas a partir del proyecto de investigación “Urbanizaciones turísticas’ en la provincia de Córdoba en la última década: trama y conflictos socio-urbanos en contexto de patrimonialización y turistificación” (SECyT 2018), que aborda dinámicas vinculadas al turismo en tres regiones del interior provincial (Mar de Ansenusa, Traslasierra y Noroeste).

Como primera aproximación y desde una instancia exploratoria, en este escrito presentamos algunos puntos de análisis de un corpus discursivo oficial teniendo en cuenta los actores intervinientes, los territorios y algunas de las problemáticas allí relevadas. Para ello, hemos sistematizado un material conformado por distintos documentos oficiales que refieren al Programa de Desarrollo Territorial para el Norte y Oeste de la Provincia de Córdoba (NOC), un plan orientado al desarrollo local y sustentable de dicha región: a) el mapa interactivo de las obras realizadas en la región como parte del plan⁸⁵; b) el informe de septiembre de 2015

85 Disponible en la página Web de la Secretaría de Equidad y Promoción del Empleo de la Provincia. Ver: <https://empleo.cba.gov.ar/programa-de-desarrollo-del-norte-y-oeste-cordobes/>

correspondiente a la segunda etapa (ejecución y puesta en marcha) del NOC, realizado por el Consejo Federal de Inversiones y la Fundación Banco de Córdoba; y c) el “Estudio para el desarrollo económico del noroeste de la Provincia de Córdoba mediante la explotación de su potencialidad cultural y turística del ‘departamento Pocho’”. Este corpus fue complementado, además, con notas periodísticas publicadas en el Portal de Noticias del gobierno provincial, en las que se presentan las obras del NOC y su grado de desarrollo.

Reflexionaremos sobre las formas de intervención del Estado-mercado orientadas al turismo regional sobre el territorio del departamento de Pocho, en la zona comprendida por los túneles de Taninga. Tomaremos como punto de partida el NOC, un plan lanzado en el año 2012 por el entonces gobernador de la provincia, José Manuel De La Sota. A continuación, expondremos brevemente algunos de los supuestos teórico-metodológicos que guían nuestro análisis.

Turismo y patrimonialización: la experiencia del disfrute

Desde hace al menos una década, el turismo adquirió en la Argentina el estatus de política de Estado⁸⁶ orientada al desarrollo social y económico de la nación. Esto supuso su consagración como una de las formas de producción, circulación y consumo globales, determinando que muchas ciudades de nuestro país reconfiguraran sus espacios y políticas públicas bajo esta forma de mercantilización. Aunado a este dispositivo turístico, el patrimonio comenzó a erigirse como factor determinante y legitimante para la intervención y puesta en valor de diferentes espacios y edificios, modificaciones tendientes a su conversión en mercancías experienciales y su integración en circuitos de desplazamiento para el consumo/disfrute.

Partimos de considerar, entonces, que vivimos en un contexto socio-cultural definido por procesos de turistificación y patrimonialización, donde el disfrute aparece como eje fundamental de las interacciones. Asumimos, por ello, que existe una forma de experiencia contemporánea predominantemente turística que afecta lo visual y que comprende desplazamiento, disfrute y ocio dentro de la lógica de consumo.

Como parte del proyecto de investigación que mencionamos anteriormente, venimos abordando estos procesos de reconversión del territorio desde algunas categorías que nos resultan fundamentales. En primer lugar, la de “urbanizaciones turísticas”, esto es,

86 Luego de la crisis económica de 2001, aparece como una de las opciones a las economías de pequeña escala para enfrentar sus conflictos e incentivar el desarrollo. Sugerimos ver el Art. 1 de la Ley Nacional de Turismo N° 25.997.

la producción del espacio orientada al turismo como unidad de análisis y de observación de las formas de hacer territorio y obras diseñadas para sujetos configurados como *visitantes-consumidores-clientes*. En segundo lugar, recuperamos la noción que tanto Estado como mercado utilizan para hablar de desarrollo turístico (tanto a nivel de la planificación estratégica como en los planes de inversión privada) que es la de “circuitos”. Este concepto, desde nuestra perspectiva, está en estrecha relación con la categoría de “entornos protegidos” que, en el diseño urbanístico, configuran circuitos de circulación y consumo cada vez más estructurados por clase. Por último, partimos de considerar la noción de paisaje, entendido como el punto de vista de un observador externo: una distancia social más que una construcción estética, que anula el trabajo y las relaciones de producción y que se impone históricamente de forma clasista. En este proceso, se oculta la dimensión conflictiva de todo fenómeno cultural para convertirlo en un objeto deseable, es decir, en una mercancía (Benjamin, 2012).

Por otra parte, siguiendo a Paul Virilio, entendemos al territorio y a la circulación como partes de la constitución del poder. El poder es, siempre, el poder de controlar un territorio mediante mensajeros, medios de transporte y transmisión (Virilio, 2006). Es así que, dentro del proceso de construcción del paisaje campestre como deseable, se deben apreciar las complejas relaciones que se entretienen en lo que respecta al acondicionamiento del territorio, siguiendo las lógicas de la circulación del capital, y con ello la experiencia de los sujetos que lo habitan y de los que lo circulan. En este proceso, la cultura se configura como mercado y el turista como cliente. La mercantilización cultural aparece como encuadre de una política activa de reconfiguración de los escenarios sociales y territoriales –y de la conflictividad social–, que excede la mera proposición del turismo como espacio-tiempo fuera del mundo productivo (Espoz, 2016).

Desde esta perspectiva, lo que se instala es una dinámica del viaje contemplativo de los entornos naturales como finalidad en sí misma. “Conocer” y “disfrutar” se traban en una experiencia de lo alterno accesible, predominantemente, vía consumo (Espoz, 2016). La existencia de un mercado de experiencias trama la idea del desplazamiento-conocimiento-alteridad-consumo como parte constitutiva de la estructura de experiencia contemporánea. Partiendo de estos supuestos, abordamos el fenómeno del turismo como un dispositivo que regula las experiencias y sensibilidades en nuestra época.

Los túneles de Tanninga en el departamento Pocho: la construcción de circuitos y rutas turísticas

Los túneles de Tanninga están ubicados sobre la Ruta

Provincial 28 (ex Ruta Nacional 20)⁸⁷, 117 kilómetros al oeste de la ciudad de Córdoba en el departamento Pocho. Se trata de una obra de ingeniería vial que consta de cinco túneles abiertos y varios puentes colgantes, construida en el año 1930 para conectar las provincias de Córdoba y La Rioja y que dieron surgimiento a la localidad de Tanninga⁸⁸.



Fuente: Prensa - Gobierno de la Provincia de Córdoba

Por su parte, el departamento Pocho pertenece a la región turística de Traslasierra, en el área noroeste y forma parte de una zona montañosa cuya actividad económica más importante es la ganadería y la agricultura en menor escala. Cabe destacar que la región noroeste ha sido representada históricamente como una de las más pobres y marginales de la provincia. Sin embargo, desde la última década viene siendo intervenida de forma continua por políticas públicas de la provincia y de la nación haciendo referencia a la necesidad de “recuperarla”. En esta línea, en el año 2012 el gobierno provincial comenzó a articular distintas formas de intervención sobre el territorio a partir del Programa de Desarrollo Territorial para el Norte y Oeste de la Provincia de Córdoba (NOC).

En este sentido, la obra de pavimentación de la RP 28 que recorre los túneles y que está enmarcada dentro del NOC, inició en el año 2015. Actualmente, están asfaltados 32 kilómetros del total de 37,5 kilómetros previstos. Cabe destacar que este plan que nuclea al Gobierno de la Provincia de Córdoba con el Consejo Federal de Inversiones (CFI) y la Fundación del Banco de la Provincia de Córdoba (FBCO), apunta a promover el desarrollo socio-productivo de la región:

Interviene en un territorio de 50 mil kilómetros

⁸⁷ De este a oeste la RP 28 conecta Pocho con la ciudad de Córdoba y con Carlos Paz y Tanti para luego, en el oeste, al cruzar la jurisdicción e ingresar en La Rioja recibir el nombre de ruta provincial (riojana) 20.

⁸⁸ Cabe destacar que en el año 2008 la obra fue declarada como una de las siete maravillas de ingeniería de Córdoba en un concurso que realizaron La Voz del Interior y la Agencia Córdoba Turismo.

cuadrados, que congrega 135 parajes de 10 departamentos del noroeste provincial, llevando soluciones concretas a los más de 230 mil habitantes, especialmente en lo que se refiere a los servicios de agua y luz, caminos, viviendas, salud, educación y empleo, así como también en el fomento y explotación del turismo y la cultura⁸⁹.

El NOC, entonces, parte de la idea de progreso para “recuperar una de las zonas más postergadas de la provincia” (Portal de Noticias del Gobierno de la Provincia de Córdoba, 23/08/2016). En la página Web de la Secretaría de Equidad y Promoción del Empleo de la Provincia, a su vez, se puede visualizar un mapa interactivo que detalla cuatro tipos de obras y su grado de avance como parte del Plan de Erradicación de Ranchos: en amarillo las obras de viviendas (116 en total), en celeste las obras de agua (31 en total), en naranja las obras viales (un total de 25) y, por último, las obras eléctricas en color verde (55 en total)⁹⁰. Al utilizar este instrumento, uno de los primeros puntos que se destacan es la cercanía entre los distintos tipos de obras: tanto las obras eléctricas como las hídricas y las de vivienda se ejecutan o han sido realizadas próximas a las carreteras y las obras viales⁹¹. Nos preguntamos qué sucede con aquellas poblaciones que están distantes de las rutas y caminos y qué obras se realizan para acercar los tendidos de redes (de gas, de agua, de electricidad, etc.) a los domicilios particulares de los habitantes.

En relación al informe de la segunda etapa (ejecución y puesta en marcha) del Programa de Desarrollo Territorial para el Norte y Oeste de la Provincia de Córdoba, de septiembre de 2015, uno de los primeros aspectos que se destaca es la identificación de “carencias a nivel de factores estructurales” que no estaban contempladas inicialmente y vinculadas a “demandas más generales relacionadas con aspectos de infraestructura básica como: agua potable, viviendas, energía eléctrica, caminos, etc.”. Bajo esta lógica de intervención sobre el territorio, nos preguntamos, por un lado, de qué manera estas formas de readecuación del territorio –vía desarrollo productivo con un fuerte enfoque en la economía y el turismo regional– visibilizan condiciones de desigualdad estructural en regiones históricamente relegadas de la provincia. Y, en esta línea, qué intervenciones pueden diseñarse cuando

89 Para mayor información sobre el NOC y sus objetivos ver: <https://empleo.cba.gov.ar/programa-de-desarrollo-del-norte-y-oeste-cordobes/>

90 “Estos ejes son la justicia social ya que marcan el desarrollo que tiene y necesita toda esta comunidad” (Alfredo Altamirano, responsable del NOC). Portal de Noticias del Gobierno de la Provincia de Córdoba (07/10/2016)

91 Obras viales realizadas en el departamento Pocho: Tala Cañada, pedanía Salsacate: repaso con aporte de material en camino principal RP28); en el departamento Minas: San Carlos Minas: reparación de vado en camino a Piedras Anchas; en Alto Grande, pedanía Chancaní: repaso del camino principal RP28 Los Túneles, conservación y obras de mejoramiento.

el objetivo del NOC se centra en una propuesta turística cultural (y/o étnica) que, consecuentemente, impacta fuertemente en las relaciones sociales y subjetivas. En otras palabras, qué lugar ocupan desde el diseño de las políticas públicas las condiciones materiales de existencia de los pobladores cuando los “sectores de intervención” están nucleados en torno a: turismo y cultura; minería; producción agropecuaria y ganadera; y economías regionales y se derivan las deficiencias estructurales a “las áreas correspondientes”.

Otro punto que consideramos para este análisis es el que se refiere a los destinatarios del NOC, concebidos como “beneficiarios” clasificados en “grupos de emprendedores, grupos de artesanos, grupos de productores, etc.”. Nos preguntamos, en este sentido, qué lugar ocupan aquellos sujetos, comunidades y formas de relacionamiento que no se adecúan a la lógica turístico-productiva, y si son posibles vinculaciones que no estén mediadas por el intercambio o la mercantilización.

Por otra parte, abordamos el documento que en octubre de 2015 el CFI publicó, denominado: “Estudio para el desarrollo económico del noroeste de la provincia de Córdoba mediante la explotación de su potencialidad cultural y turística del ‘departamento Pocho’”. El CFI –institución vinculada a los emprendimientos e inversiones desde el sector privado– se propone allí, viabilizar el desarrollo turístico del departamento Pocho fomentando la inversión privada para potenciar el turismo y atraer la afluencia de turistas, actividad que consideran ya existente en el territorio. Para ello consideran fundamental el mantenimiento y mejoramiento de la infraestructura vial. El documento, asimismo, considera a la región como una zona con un potencial turístico muy alto por la existencia de lugares y construcciones que adquieren el carácter de patrimonio cultural y natural: los túneles de Tanninga, los volcanes de Pocho y la Reserva Chancaní, como verdaderos “circuitos turísticos” (central, norte y sur) que, por su proximidad con otros departamentos que también presentan un alto potencial turístico, “deberán asegurar al turista su perfecta transitabilidad”. Se refiere, en este sentido, a la configuración de “rutas turísticas”, que son caminos o recorridos que sobresalen por sus características o atractivos naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia. Estos caminos deben ser visualizados y potenciados a partir de distintas acciones que no sólo incluyen las antes referidas, sino también el mejoramiento e implementación de “sistemas de información” (la señalética) y de redes de servicios, por ejemplo, gastronómicos y comerciales.



Rutas provinciales 15 y 28 y sector resaltado como patrimonial por la CFI

Otro de los puntos que destacamos es que el documento considera como única posibilidad de desarrollo a la inversión privada y al Estado como promotor y garante de la infraestructura necesaria (en lo que hace a energía y vías terrestres de comunicación) para el crecimiento de emprendimientos.

A modo de cierre, recuperaremos tres aspectos del corpus analizado. Por un lado, que los pobladores de la región noroeste aparecen subsumidos a su condición de productores y/o emprendedores, al tiempo que sus condiciones materiales de existencia (en relación a servicios básicos, por ejemplo) sólo aparecen en tanto obras necesarias para asegurar el flujo de los recorridos por estos verdaderos circuitos y entornos para el turismo. En segundo lugar, que si bien las reconfiguraciones en los territorios vía inversiones privadas tienen incidencia sobre las formas de relacionamiento social de sus pobladores, no se relevan las necesidades socio-afectivas de estos sujetos ni el impacto que las obras pudieran tener sobre las mismas. Por último, abrimos un interrogante para seguir reflexionando: así como no se cuestiona la asociación entre progreso y desarrollo productivo-turístico, ¿qué otros aspectos en la reconfiguración de estos territorios aparecen como imposibles de ser pensados?

Bibliografía

- BENJAMIN, Walter. (2012). *El París de Baudelaire*. Eterna Cadencia Editorial, Buenos Aires.
- ESPOZ, María Belén (2016). "Apuntes sobre el turismo. La regulación del disfrute vía mercantilización cultural". Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación; Quito; p. 317 - 334.
- VIRILIO, Paul. (2006). *Velocidad y política*. La Marca Editora, Buenos Aires.

Documentos consultados

Programa de Desarrollo Territorial para el norte y oeste de la Provincia de Córdoba. Segunda Etapa - Ejecución y puesta en marcha. Consejo Federal de Inversiones y Fundación Banco de Córdoba. Septiembre de 2015. Disponible en: <http://biblioteca.cfi.org.ar/wp-content/uploads/sites/2/2015/01/programa-de-desarrollo-territorial-para-el-norte-y-oeste-de-la-provincia-de-cordoba.pdf>

Estudio para el desarrollo económico del noroeste de la Provincia de Córdoba mediante la explotación de su potencialidad cultural y turística del 'departamento Pocho'. Octubre de 2015. Disponible en: <http://biblioteca.cfi.org.ar/wp-content/uploads/sites/2/2016/03/50728.pdf>

Notas periodísticas

23/08/2016. "El Plan de Desarrollo del Noroeste se presentó a intendentes de Ischilín y Cruz del Eje". Portal de Noticias del Gobierno de la Provincia de Córdoba. Disponible en: <http://prensa.cba.gov.ar/informacion-general/el-plan-de-desarrollo-del-noroeste-se-presento-a-intendentes-de-ischilin-y-cruz-del-eje/>

07/10/2016. "Noroeste: Firmaron 16 convenios para la erradicación de ranchos en 3 departamentos". Portal de Noticias del Gobierno de la Provincia de Córdoba. Disponible en: <http://prensa.cba.gov.ar/informacion-general/noroeste-firmaron-16-convenios-para-la-erradicacion-de-ranchos-en-3-departamentos/>



EJE N°12



Discursos, sentidos y representaciones

NARRATIVAS AUDIOVISUALES EMERGENTES DESDE LA UNIVERSIDAD PÚBLICA

Armando, María Virginia

FCC - UNC/ varmando@unc.edu.ar

Gaitán, Rodrigo

FCC- UNC/ rodrigogaitan752@gmail.com

Vila, Rodolfo

FCC - UNC/rodovila@gmail.com

Palabras claves: producciones audiovisuales; representaciones socioculturales; universidad pública; indagación; investigación participativa

Introducción

En el proyecto de investigación que presentamos en esta ponencia, retomamos los resultados del trabajo compartido en los Proyectos: “Nuevas miradas en investigación y producción de contenidos en la pantalla”(Secyt 2012/13); “Representaciones de lo real: la no ficción audiovisual desde el espacio universitario”(Secyt, 2014/15); “El audiovisual universitario como práctica de resistencia y recuperación de los márgenes” (2016/17); Programa “Problemáticas comunicacionales, barriales, organizacionales y políticas. Experiencias de lucha y resistencia a comienzos del SXXI en Cba” (Secyt 2014/15); Programa “Dilemáticos vínculos en el mundo del trabajo y la cultura...” (Secyt 2016/17); Extensión desde las Cátedras “Relatos relatados I, II y III” (FCC 2015/18) entre otros. En estos abordajes se desarrolló una profusa indagación de campo de las narrativas de “no-ficción” -categoría que incluye tanto producciones documentales clásicas como informes periodísticos, trabajos de archivo, testimoniales o educativas-, realizadas por docentes, egresados y estudiantes de la FCC. UNC, durante 2001-2017.

El recorte se justifica a partir de observar el incremento de producciones audiovisuales a medida que avanza el siglo XXI.⁹² Éste no es un hecho azaroso, sino que está

92 A partir del año 2001 es posible dar cuenta de los diferentes escenarios contextuales que posibilitaron la emergencia de las nuevas producciones audiovisuales cordobesas y relacionar las condiciones de producción vinculadas a los procesos económicos, sociales y

relacionado con el (re)surgimiento del cine cordobés en esta misma época, en que los filmes locales toman prevalencia como productos culturales y medios para interpretar la propia realidad; proceso acompañado por políticas de fomento al sector. Asimismo, la universidad pública constituye un espacio en el cual germinan buena parte de estas cuestiones, siendo una pieza clave del sistema educativo como sistema cultural, y son en el presente, depositarias de imaginarios culturales, tradiciones e ideales de distintos ciclos históricos (Carli, S.; 2007).

En la actualidad, la universidad pública propone establecer líneas de acción que aseguren la vinculación estrecha entre los claustros académicos y otros sectores de la sociedad. “La universidad constituye el lugar privilegiado en el cual los discursos diversos se encuentran y dan lugar a nuevas formas discursivas y de acción.” (p. 8). Portantiero)

En este momento, el trabajo al interior del equipo, que para este proyecto de investigación sumó nuevos integrantes, nos encuentra en instancias de formación conjunta, a través de un encuentro mensual en el que María Paulinelli, Profesora emérita de la Universidad Nacional de Córdoba y ex docente de la FCC nos coordina en un taller interno de producción, lectura e intercambios. A partir del reconocimiento de la relevancia de los relatos en toda sociedad, el curso nos plantea la posibilidad de comprender las distintas modalidades del relato de los hechos en los últimos años. Es decir, reconocer las variadas experiencias narrativas de la última Vanguardia de la Modernidad- los años 60- y de la actual Contemporaneidad.

Nuestro trabajo de indagación sobre las producciones audiovisuales es un estudio exploratorio con utilización de métodos y técnicas cualitativas entre las que incluimos también la investigación participativa, combinando las acciones y el campo de estudio del equipo investigador con la participación de los sujetos investigados. Dentro de las consideraciones metodológicas, cabe aclarar que el corpus de audiovisuales seleccionados se conformó con un diseño exploratorio-descriptivo. Para su análisis apelamos a una perspectiva semiótico-discursiva dado que *nuestro objetivo principal es captar las formas en las que construye significativamente la realidad en este momento histórico particular y los posibles efectos de sentido que se generan a partir de ellas*. Asimismo, otros instrumentos de recolección de datos serán las entrevistas a los realizadores de las obras para aproximarnos a las condiciones de producción de las mismas. La indagación se realiza con una metodología de trabajo interdisciplinaria orientada a la producción colectiva del conocimiento, mediante la exploración de bibliografía

políticos con la apropiación temática reflejada en los contenidos y en las perspectivas en construcción de géneros audiovisuales. VER: Parisi, M (2015)

teórica y metodológica brindada por la sociosemiótica, el análisis de discurso como así también por perspectivas comunicacionales y sociológicas definidas en el marco conceptual, según niveles de pertinencia acordes.

Arribando a algunas conclusiones

En esta nueva etapa el proyecto pretende fortalecer y ampliar este equipo de investigación desde una mirada interdisciplinaria, ampliando los horizontes de la investigación incorporando las narrativas audiovisuales de ficción y no ficción realizadas por actores de la FCC. En este marco el taller interno y el debate del equipo de investigación, nos dará una mayor riqueza al momento de analizar la producciones incorporadas al corpus, sus plataformas, el tema, el abordaje, la enunciación y sus fronteras cada vez más difusas, sobre todo entre los relatos de la ficción y la no ficción.

Ampliar la base de producciones actualizada al 2021, nos permitirá establecer como han variado a lo largo del tiempo las producciones audiovisuales, tanto desde el discurso, como de las nuevas plataformas y tecnologías que han atravesado a lo largo de dos décadas a los actores de la FCC.

Bibliografía

Carli, S. (2007) La experiencia universitaria y las narrativas estudiantiles. Una investigación sobre el tiempo presente. Prog. UBACYT 2004-2007. Instituto Gino Germani UBA.

Portantiero, J. (2001). *El sentido de la universidad pública* en Naishtat, Raggio y Villavicencio. Filosofías de la universidad y conflicto de racionalidades. Buenos Aires, Editorial Colihue.

EL PROCESO DE SUBJETIVACIÓN POLÍTICA COMO MODO DE CLASIFICACIÓN DE LOS ACTORES DE LA PROTESTA SOCIAL TELEVISADA

Berti, Silvina

UNRC / silvina.berti@gmail.com

Cantú, Ariadna

UNRC / acantu@hum.unrc.edu.ar

Palabras claves: acción colectiva; actores; discurso; televisión; noticias

Introducción

Hablar de protesta social implica un desafío teórico que consecuentemente se traduce en un desafío metodológico; más aún cuando nos aproximamos al fenómeno desde el campo de la comunicación mediática. Hemos definido en múltiples ocasiones a qué nos referimos cuando hablamos de protesta: manifestación pública de descontento que es llevada adelante por actores sociales con diferentes niveles de organización. En la medida en que la disconformidad se produce en el espacio público y reúne a un cierto número de gente, parece ya ser digna de ser catalogada como protesta y analizada desde ese lugar. Ahora bien, cuando nos centramos en quienes demandan e intentamos su clasificación la tarea no resulta tan simple. Es relativamente más fácil el estudio (en el sentido de que existen herramientas teóricas incluso desde distintos paradigmas) cuando se trata de sujetos organizados ya sea en movimientos sociales, partidos políticos, o sindicatos; pero, ¿cómo entender o analizar las enormes marchas o concentraciones detrás de consignas que reclaman justicia, o contra la inseguridad, o por las viviendas que no se terminan y cuya convocatoria no responde a ninguno de esos actores y quienes las protagonizan tampoco? ¿Serán ciudadanos? ¿Habitantes de un espacio? ¿Consumidores? Ahora nos preguntamos, tanto para este tipo de actor como para aquellos que responden a estructuras más organizadas, ¿cómo entender quiénes se manifiestan o mejor aún, desde nuestro campo de estudio, cómo son construidos por el discurso noticioso? ¿cómo son significados y valorados y qué implicancia social tiene esto?

De todos los lugares que constituyen puntos de lucha

por la construcción del sentido, los medios ocupan un lugar privilegiado. En gran medida, buena parte de nuestra experiencia y de nuestro conocimiento acerca del mundo son producto de la mediatización, por lo que resulta necesario reconocer cuáles son los discursos y las significaciones que narran acerca de la realidad social (de la que la protesta forma parte).

La investigación en que se enmarca este trabajo se centra en la manera en que el noticiero construye la noticia-protesta y su recepción desde un paradigma crítico siguiendo lineamientos teóricos propuestos por los Estudios Culturales ingleses (Hall, 1994; Fiske, 1994; Morley, 1989; Silverstone, 2004 entre otros).

Metodología

Este trabajo forma parte de una investigación en la que se estudia la protesta social televisada vista en clave política, investigación que implica un abordaje integral del proceso de construcción y recepción de los mensajes⁹³. En esta instancia, presentamos resultados obtenidos a partir del análisis de contenido de las noticias de protesta vehiculizadas por el noticiero local Telediario⁹⁴ (producido y emitido por LV 86 TV Canal 13 Río Cuarto) y de un análisis de índole cualitativa, centrándonos específicamente en la forma de configurar a los actores de la protesta y las cargas axiológicas que emergen en el discurso del noticiero. El corpus con el que se trabajó se desprende de dos muestras de períodos diferentes a los fines de habilitar la comparación de las mismas: las noticias de protesta social emitidas en junio-julio 2013 y en marzo-mayo de 2016. La selección de dos períodos distintos reconoce la variabilidad de los tipos de protesta que acontecen. Hemos podido observar, por ejemplo, que en distintos momentos del año se producen reclamos diferenciados que parecen responder a patrones que tienden a producirse con cierto grado de regularidad (por ejemplo, los que se producen en el marco de acuerdos paritarios) que se diferencian de otras protestas particulares o más coyunturales que no responden a regularidades previsibles.

Resultados

Para comenzar, presentamos los datos cuantitativos que nos permiten una aproximación descriptiva de las maneras en las que el noticiero va dando forma a la protesta social y, en particular, a los protagonistas de la

93 La protesta social televisada vista en clave política. Un abordaje integral del proceso de construcción y recepción de las noticias locales. SeCyT – UNRC.

94 Telediario es el programa más visto en la ciudad desde 1996 hasta la actualidad, según datos de estudios de audiencias que llevan delante de manera regular colegas investigadores del Dpto de Cs de la Comunicación – UNRC.

misma.

Consideramos pertinente iniciar este apartado identificando el lugar que le es otorgado a las protestas en el panorama general del informativo local. En el período 2013, estas noticias ocupaban el 5,4% del tiempo total de emisión mientras que en el 2016 fue de 7,76%. Los datos que surgen de la Defensoría del público nos permiten observar marcadas diferencias en relación con el tiempo asignado a las protestas en los medios de Buenos Aires, particularmente para el segundo período de la muestra. La Defensoría señala que en 2013 las noticias sobre protesta social y demandas de la sociedad civil ocupaban⁹⁵ el 5% (- 0,4 puntos) y en 2016, el 2,7% (- 4,9 puntos). Esta diferencia resulta significativa cuando se considera la cantidad de protestas que se producen en una ciudad capital en comparación con una ciudad mediana del interior del país.

Centrándonos ya en Telediario, vemos que los grupos que protestan son identificados por el noticiero en casi la totalidad de las noticias (+90%) en ambos períodos. En 2013, los *vecinos* de la ciudad son los que aparecen con mayor frecuencia (57%) como protagonistas de la protesta y en segundo lugar, le siguen los *gremios y sindicatos* (25%). El orden se ve alterado en 2016; en este período son los *gremios y sindicatos* los que aparecen mayormente (70.8%) en tanto los *vecinos* lo hacen en segundo lugar y con una frecuencia notoriamente menor (solo el 8.3%). Estimamos que esta diferencia se debe, particularmente, a los períodos muestreados en uno y otro caso, teniendo en cuenta que el 2016 incluye los meses en que se discuten paritarias.

Otro dato que nos parece significativo retomar es contra quiénes protestan, quiénes son los sujetos a los que se les demanda una solución al problema o conflicto que los llevó a la acción en el espacio público. A diferencia de lo que ocurre con los demandantes, el porcentaje de noticias en las que no se identifica al demandado es muy superior y además aumenta notoriamente entre un período y otro. En 2013, en el 15,4% de las veces no se puede determinar contra quién se protesta y en 2016, en el 31,3% de las noticias. En el primer período tomado, el 46,2% de las veces se identifica al gobierno Municipal como el demandado y le sigue, con un 15,4% un mix público-privado. Pero en 2016 el gobierno municipal pasa desapercibido, no registrándose ningún caso en el período muestreado. Aquí encontramos que el gobierno Nacional aparece en primer término con el 20,8% y el gobierno provincial con 18,8%.

95 Los porcentajes corresponden a frecuencias agrupadas, lo que significa que refieren a todo registro de protesta en los canales abiertos de CABA, ya sea como tema principal de la nota principal o como tema secundario o terciario. Como prevalente los porcentajes son los siguientes 2,5% (2013) y 2,7% (2016).

Avance cualitativo

Los datos cuantitativos presentados hasta el momento nos permiten avanzar en términos descriptivos sobre la presencia de la protesta, de los demandantes y demandados en las noticias (así como otros elementos que se consideran constitutivos de la protesta televisada pero que no son abordados en este trabajo; por ejemplo: el motivo, el método empleado y otros actores que intervienen, tal el caso de terceros, expertos, gente común, etc.). Sin embargo, si bien útiles en tanto ofrecen un panorama sobre la protesta en la tv, estos datos acotan las interpretaciones que se pueden ofrecer en términos de significaciones y valoraciones.

A partir de nuestros estudios de recepción, detectamos que las audiencias tienden a separar (y valorar de manera diferente) lo que ellos definen como protesta más política y otra que denominan más social. Esto nos llevó al primer intento por establecer un sistema nuevo de categorización en el cual procedimos a agrupar a los demandantes entre aquellos que podían ser considerados más claramente políticos (gremios, sindicatos, partidos políticos) y otros a quienes clasificamos como *no políticos* (ONG, grupos de conformación más o menos espontánea reunidos por un fin específico no perdurable). Sin embargo, el sistema parece no lograr explicar suficientemente o dar cuenta de cómo esto puede a su vez ser analizado en términos axiológicos.

Nos preguntamos entonces si no resultará más productivo salirnos de la determinación excluyente entre político y no político y centrarnos en el proceso de subjetivación política. Esto implica pensar a los grupos en términos de diferentes tipos de experiencias que remiten a formas de acción indicadoras de la relación de dominación entre quienes protestan y los demandados. En suma, tomamos como referente a las categorías de subalternidad, antagonismo y autonomía (Modonesi, 2010, 2016) a modo de tipos ideales bajo las cuales observar los modos en que el noticiero presenta a los actores bajo la hipótesis de que esto incide en la consecuente valoración y legitimación de los tipos de protesta y sus protagonistas.

Bibliografía

- Modonesi, M. (2016) *El principio antagonista. Marxismo y acción política*. México: FCPyS-UNAM e Itaca.
- Modonesi, M. (2010) *Subalternidad, antagonismo, autonomía. Marxismo y subjetivación política*. Buenos Aires: Prometeo-CLACSO-Universidad de Buenos Aires.
- Morley, David. (1989) "Changing Paradigms in Audience Studies" en Seiter, Ellen et al. (ed.) *Remote control. Television, Audiences & Cultural Power*.

Routledge: London, pp.16-43

- Hall, S. (1994) "Reflections upon the Encoding/Decoding Model; An Interview with Stuart Hall" En Cruz, J. y J. Lewis (eds) *Reading, Viewing, Listening*. Boulder: Westview, pp. 253-274.
- Fiske, J. (1994) *Introduction to Communication Studies*. London - New York: Routledge.
- Silverstone, R. (2004) *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires: Amorrortu.

REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS DE LA CONSULTA PREVIA, LIBRE, E INFORMADA EN EL GOBIERNO DE JUJUY

Carrillo, Claudia Lorena

UNJ / ninan.carrillo@gmail.com

El Derecho de Consulta Libre, Previo e Informado (C.P.L.I.) descrito en el Artículo 6 del Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (O.I.T.) es habitualmente estudiado desde el análisis jurídico. Desde ésta perspectiva, encontramos trabajos que refieren a la antinomia entre el derecho individual y los derechos colectivos⁹⁶; y que analizan el derecho a la participación de beneficios en la explotación de los recursos naturales en base al derecho de consulta⁹⁷. Sin embargo, los autores que abordan el Derecho a la C.P.L.I. desde la disciplina jurídica, no incluyen un análisis exhaustivo de los procesos de participación y decisión de consulta, es decir, la forma en la que el procedimiento se lleva a cabo.

De modo que analizar la acción participativa, entendida como aquella que *promueve que las personas afectadas por los problemas participen tanto en su definición como en su solución a través de la acción social organizada*⁹⁸, y los ámbitos de decisión desde las Ciencias de la Comunicación es una tarea pendiente. Es por ello que ésta investigación parte desde un enfoque de las

- 96 Carmona Caldera Cristóbal (2013)
- 97 Barros Sepúlveda María Gabriela. (2019)
- 98 Montenegro, M. (2004a)

representaciones sociales para estudiar este problema. Nos proponemos analizar cómo el gobierno provincial representa a la consulta en Pueblos Indígenas de Jujuy en relación al conflicto por la falta de aplicación de la Consulta Previa, Libre e Informada en los proyectos de exploración y explotación del litio de las Comunidades Indígenas de Salinas Grandes y Laguna de Guayatayoc.

Los datos son sistematizados e interpretados desde una metodología cualitativa a partir de la aplicación de análisis del discurso y de contenido. Utilizamos como fuente la recopilación de noticias publicadas en el sitio web oficial del gobierno de la provincia de Jujuy referidas a la Consulta Previa, Libre e Informada.

Se realizó un análisis contenido de las publicaciones noticiosas con el fin de indagar sobre los elementos que conforman la representación social que el gobierno construye sobre la aplicación de la C.P.L.I. se concluye que el gobierno representa la consulta como un proceso donde el diálogo es constante, según el discurso del gobierno, este ha cumplimentado con las forma de consultar aunque no menciona las formas por las que habría llegado a ello, por lo general solo se mencionan asambleas y reuniones con representantes de las comunidades. Mención aparte merece las ideas de desarrollo y trabajo que traerían aparejado la explotación del litio además de ser el “oro blanco” que traería mejoras en la economía provincial. Los conflictos son presentados como sucesos aislados, desacuerdos que busca minimizar y/o ignorar a través de la individualización de quienes manifiestan el rechazo a los proyectos extractivos en el territorio de Salinas Grandes.

MEMORIAS GENERIZADAS: PROBLEMATIZACIONES A PROPÓSITO DE LAS HIJAS DE DESAPARECIDOS EN JUJUY

Castillo, Fernando

UNJ/ferredbo@yahoo.com.ar

Palabras clave: desaparición; dictadura; género; memoria; narración

La pregunta en torno a las formas de pervivencia del pasado constituye una de las más relevantes en el campo de la historia reciente. En este mismo contexto, abrevan numerosas investigaciones sobre las rememoraciones en hijas de las víctimas del terrorismo de Estado, entre otras, los desaparecidos en tiempos del denominado “proceso de reorganización nacional”. Este tópico ha sido abordado profusamente desde diferentes aristas, atendiendo a cuestiones como la militancia (fundamentalmente en organizaciones como HIJOS) y las expresiones artísticas (como la fotografía, la literatura y la producción cinematográfica).

El objetivo de la presente ponencia, en concomitancia con las líneas de investigación señaladas, supone la manifestación de re-problematizaciones y avances en nuestro trabajo de investigación y reflexión a propósito del ejercicio de la memoria y las hijas de desaparecidos en la provincia de Jujuy durante la última dictadura. En términos generales, la propuesta supone brindar continuidad y complejidad a la indagación indicada, pensando este fenómeno desde la consulta de trayectorias de abordajes con énfasis en la producción de relatos sobre el pasado reciente, anudados desde el enfoque de los estudios de género. Desde esta perspectiva, este escrito apunta antes a revisiones bibliográficas y el replanteamiento de tesis y problemas precedentes que al esbozo de nuevas interpretaciones.

Así, si en trabajos previos procuramos generar lecturas sobre cuestiones más bien puntuales en el contexto de las narraciones y las rememoraciones de las hijas de desaparecidos (como la construcción de un repertorio de tópicos visitados sobre el pasado en tales relatos, que incumbe a las cuestiones sobre las cuales se rompe el silencio y la extensión del marco temporal cubierto; los referentes fundamentales que emergen en las narraciones

Artículos de revista científicas

Barros Sepúlveda María Gabriela. Estudios Constitucionales, Año 17, N° 1, 2019, pp. 151-188 ISSN 07180195 Centro de Estudios Constitucionales de Chile Universidad de Talca “La participación en los beneficios para los pueblos indígenas, recursos naturales y consentimiento previo, libre e informado”.

Carmona Caldera Cristóbal : “La aplicación del derecho a consulta del Convenio 169 de la OIT en Chile. Hacia una definición de su contenido sustantivo: afectación e instituciones representativas”, en Tesis de maestría año académico 2012: Cristóbal Carmona Caldera y Ricardo José Miranda Rivero, Access Group, 2013, Buenos Aires.

Montenegro, M. (2004a), La investigación acción participativa. En: G. Musitu, J. Herrero, Cantera L.& M. Montenegro (Eds.) Introducción a la Psicología Comunitaria. Barcelona: UOC.

y su tratamiento, como los vínculos familiares), en esta ponencia el foco se encuentra puesto en primera instancia en la problematización propiamente en la condición femenina de tales narraciones, invocando perspectivas de género. De esta forma, si bien seguimos las líneas desarrolladas en nuestros antecedentes sobre el tema señalado, en este escrito ahondamos las propuestas y orientaciones sobre las experiencias de las hijas de desaparecidos y las formas mediante las cuales las construyeron, concentrándonos con fuerza en la naturaleza específica de los dispositivos femeninos de elaboración del pasado. Seguimos a tales fines primordialmente las publicaciones de Joan Scott (2001) y Marianne Hirsch (2002), acompañada de otras interpretaciones dadas en términos genéricos como en lo que concierne a otras esferas y las propias experiencias argentinas en la década de 1970, como el artículo de Maitane Arnosó et al. (2012) y Elizabeth Jelin (2002).

La meta en particular de reproblematicar este planteamiento mediante la introducción de una mirada de género, procurando poner el foco a las condiciones que hacen posible las narraciones de los acontecimientos señalados, abreva en el concurso además de la mirada de la historia oral. Entonces, en segundo lugar, cabe señalar que este escrito, dentro de ese contexto de indagación más amplio, se llevó a cabo en función de la construcción de fuentes orales, dadas en testimonios mediante entrevistas a hijas de desaparecidos, que permiten el acceso a narraciones sobre el propio pasado, y el de sus padres y familias. De esta forma, otro enfoque invocado está puesto en las aproximaciones, brindadas por la historia oral, en cuanto dispositivo de indagación a la subjetividad y los esquemas narrativos. Nos aproximamos a esta cuestión a través de autores como Alessandro Portelli (1985), Luisa Passerini (2002) y Dora Schwarzstein (2001 y 2002), entre otros autores de relevancia en el campo.

Bibliografía

- Arnosó, M., Ansaloni, S., Gandarias, I. y Arnosó, A. (2012). Mujeres jujeñas y sobrevivientes: narrativas del pasado represivo (1976-1983) argentino, consecuencias psicosociales y creencias acerca de la reparación. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 214, 141-161. Doi: 10.22201/fcpys.2448492xe.2012.214.
- Hirsch, M. (2002). Marked by memory: feminist reflections on trauma and transmission. En N. Miller y J. Tougaw (Eds.), *Extremities: trauma, testimony, and community* (pp. 71-91). Urbana y Chicago, Estados Unidos: University of Illinois Press.
- Jelin, E. (2002). *Los trabajos de la memoria*. Madrid, España: Siglo Veintiuno; Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno.

- Passerini, L. (2002). Making memories. *History workshop*, 54, 258-260. Doi: 10.1093/hwj/54.1.258.
- Portelli, A. (1985). Oral testimony, the law and the making of history: the "April 7" murder trial. *History Workshop*, 20, 5-35. Doi: 10.1093/hwj/20.1.5.
- Schwarzstein, D. (2001). Historia oral, memoria e historias traumáticas. *História Oral*, 4, 73-83.
- Schwarzstein, D. (2002). Memoria e historia. *Desarrollo Económico*, 42, 471-482. Doi: 10.2307/3455848.
- Scott, J. (2001). Experiencia. *Revista de estudios de género: La ventana*, 2 (13), 42-74.
- Scott, J. (2008). *Género e historia*. México D. F., México: Fondo de Cultura Económica, Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

LA CONSTRUCCIÓN TEMPORAL: FICCIONES SERIADAS EN TORNO AL PASADO

Castillo, Jimena Inés

FCC - UNC / jimena.castillo3@gmail.com



Palabras claves: discurso; temporalidad; televisión; género; series

Argentina, tierra de amor y venganza es un programa ficcional que comenzó a emitirse por televisión abierta en marzo de 2019 y aún continúa en aire. Adscripta al género telenovela, la propuesta se inscribe en el marco de los repertorios de las historias de amor, a tiempo que orienta la diégesis al pasado, en las primeras décadas del siglo XX.

Asimismo, su condición ficcional se organiza desde la serialidad, en un rasgo que atraviesa el género y lo excede para orientarse a repertorios que se caracterizan por su distribución en diferentes capítulos y por la construcción del suspenso que tensiona su pretendida periodicidad.

Las ficciones seriadas se proponen como un rasgo propio del discurso social contemporáneo, indicadores de su postulación hegemónica. Esta predilección epocal por

el relato discontinuo, distribuido a lo largo de diferentes entregas, da cuenta de una de las formas del saber, desde su definición gnoseológica. En el presente discurso social se organizan repertorios temáticos que dan cuenta de zonas diversas que se articulan en este horizonte.

En este marco, la ficción se postula en su potencialidad afirmativa en la medida en que proporciona claves interpretativas sobre temas diversos, que en su condición de mundo posible predicen hipótesis particulares en torno a lo real. En esta dirección, las ficciones seriadas sobre el pasado no constituyen una excepción.

Argentina, tierra de amor y venganza se constituye así desde su condición ficcional, desde el relato seriado que organiza la historia ofrecida. En este horizonte, su pertenencia al género telenovela suma también rasgos particulares, que hallan en la narración sentimental su punto de partida. La trama entrelaza las historias de amor entre Lucía y Torcuato, entre Aldo y Raquel.

Desde la pertenencia a diferentes culturas, se suma también otro tema afín al género: el conflicto en torno a la identidad. Argentinos, españoles, italianos, polacos, “rusos”, “turcos”, tensionan la urdimbre de una Argentina de comienzos del siglo XX que convoca a su vez el eco de los países de origen de los personajes implicados.

Siguiendo con otra característica propia de la telenovela en su definición genérica, el secreto no escapa a la vinculación establecida entre los personajes. A su vez, amenaza con romper con los vínculos definidos, con revertir las condiciones establecidas. Como en la tradición del relato melodramático, el secreto permanece ligado a la posibilidad o no de perpetrar la venganza, motivo articulador de la trama. El pasado de Torcuato aparece como un interrogante para algunos, como un motivo para la revancha para otros, como el punto de partida para organizar programas narrativos ligados al ejercicio de la justicia.

Entre la venganza y el ajusticiamiento, esta propuesta desliza su adscripción a las características tradicionales del género telenovela, hacia los rasgos de esta opción genérica en los últimos tiempos. Subrayando su condición histórica, el programa ofrece en su definición de género los alcances de su mutabilidad, de las transformaciones operadas a lo largo del tiempo en Argentina (Jelin, 2017).

De esta manera, acorde con las versiones más recientes del género, el programa exhibe una proliferación de líneas narrativas ligadas al orden de lo patémico, a tiempo que supone la presentación de tópicos diversos que definen una axiología determinada. Así, la trata de personas divide al conjunto de personajes intervinientes, establece valores particulares de cuya reivindicación da cuenta el proyecto de ajusticiamiento. Éste, a su vez, consolida colectivos que en su condición plural coexisten con las individualidades particulares en la trama sentimental.

A su vez, esta propuesta reviste rasgos peculiares en el conjunto discursivo de la telenovela a partir de su rasgo distintivo: se trata de un programa “de época”, centrado en la construcción de un pasado cifrado en el siglo anterior. La construcción del pasado conjuga aquí dos rasgos particulares, en relación con su inscripción en un repertorio televisivo contemporáneo.

Por un lado, la configuración costumbrista como opción que acerca esta propuesta al régimen de lo real más allá de la condición ficcional. Este rasgo implica la mostración de escenarios, de vestuario, de peinados, a la manera de la época, con la incorporación incluso de elementos decorativos originarios. Con convergencia de rasgos icónicos e indiciales (Feld, 2010), el programa se ofrece como punto de partida para la remisión al pasado.

Asimismo, este rasgo se complementa con su dimensión potencial, con el carácter conjetural en torno a lo pretérito. Así, se ensayan líneas de la trama que responden al periodo incoativo, a la remisión al origen de situaciones, de personajes que posteriormente alcanzaron notoriedad en posteriores instancias del devenir nacional. De esta forma, personajes en proceso de formación son mostrados en la instancia previa a su visibilidad social.

Un segundo rasgo marca a su vez la construcción del pasado en esta propuesta. Sumado al rasgo anterior, de esfuerzo documental, de subrayado de la condición de semejanza, se presenta también la creación de un verosímil propio.

El programa incorpora expresiones particulares, términos específicos, que colocan a la narración presentada en un lugar diferenciado del pasado al que intentan evocar. Así, cuando Samuel Trauman habla de “comer choripanes en la costanera” se aleja del Buenos Aires del incipiente siglo XX que en convergencia de lenguajes se intenta configurar. Esta confluencia de presente y pasado se consolida desde la potencialidad discursiva, se aleja de su pretendida condición referencial. Temporalidad existente en y por el discurso, define el dominio de la dimensión lúdica (Jost, 2009), en tanto espacio que desde su condición simuladora subraya uno de los rasgos distintivos de la televisión actual, en este periodo marcado como el fin del medio (Carlón, 2016).

Asimismo, esta temporalidad presentada establece sus rasgos peculiares en el universo diegético ofrecido. Una línea temporal se despliega en su extensión, lo que habilita la consideración del tiempo sucesivo. La temporalidad cronológica se sostiene asimismo por su orientación referencial en términos de remisión icónica.

A la temporalidad lineal se suma a su vez la similitud que opera entre momentos históricos diversos. De esta manera, el programa aborda problemáticas que encuentran su vinculación con hechos presentes. La trata de personas, la condición degradante para las mujeres

se ofrece así como un tópico que trasciende la instancia histórica aludida. En esta línea, el sometimiento deviene una continuidad desligada del conjunto de causalidades que lo refuerzan para, en cambio, orientarse hacia la condición persistente como dato que subraya su continuidad a lo largo del tiempo. Esta orientación marca así un tiempo en el cual la relación consecutiva se disuelve en sucesiones que marcan la repetición como rasgo inherente, lo cíclico como periodicidad regular a lo largo del devenir.

En esta descripción temporal, se conjugan asimismo dos dimensiones que intersectan sus desarrollos narrativos. Por un lado, las historias de amor entre los personajes, que establecen sus intrigas, sus resoluciones correlativas. Por otra parte, la Historia que opera en relación con procesos que involucran a los diferentes personajes, más allá de los alcances de su individualidad. Esta referencia más amplia es la menos presente a lo largo del relato en su horizonte de transformaciones narrativas. Su presencia se subraya particularmente en relación con la configuración de situaciones.

Curiosamente, el título refiere a esta macrohistoria en la medida en que el metacolectivo singular Argentina remite al país en su conjunto. No obstante, la misma titulación ofrece claves interpretativas que completan la orientación de la narración postulada. Así, Argentina se aborda en clave patémica, el amor y la venganza serán el móvil de los diferentes personajes que habitan esta tierra, nominada como tal. La nominación expulsa también la condición política en la definición ofrecida.

Desde el título mismo se define entonces la tensión entre la historia signada por procesos incluyentes y las particularidades de las historias individuales. En ella, las opciones axiológicas se superponen al dominio emocional. Se sostiene así la posibilidad redentora del amor, que vence aun a la muerte. El universo diegético subraya así la postulación de una justicia poética.

Las particularidades del vínculo amoroso permiten fundar la posibilidad de futuro. Esta definición se proyecta en la medida en que afianza su consolidación patémica, pero se resuelve en términos narrativos en su inmediatez. Relato sin hiatos significativos a futuro, inaugura esta proyección desde el predominio de la promesa, orientada aquí a una dimensión pragmática del orden de lo privado, así como al programa narrativo que instaura la venganza.

La temporalidad trazada desde esta propuesta ficcional encuentra zonas de convergencia con respecto a la opción hegemónica del discurso social actual (Angenot, 2010). El dominio del presente, el porvenir como inmediatez, las propuestas proyectivas definidas desde las voliciones completan el panorama.

Bibliografía

- Amado, A. (2009) *La imagen justa*. Buenos Aires: Colihue.
- Angenot, M. (2010) *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Arfuch, L. (2002) *El espacio biográfico*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Arfuch, L. (2013) *Memoria y autobiografía*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bajtín, M. (1989) *Estética de la creación verbal*. Madrid: Taurus.
- Carlón, M. (2016) *Después del fin*, La Crujía, Buenos Aires.
- Casetti, F. y Di Chio, F. (1996) *Cómo analizar un film*. Buenos Aires: Paidós.
- Casullo, N. (2007) *Las cuestiones*. Buenos Aires : Fondo de Cultura Económica.
- Feld, C. (2010) "Imagen, memoria y desaparición. Una reflexión sobre los diversos soportes audiovisuales de la memoria", *Aletheia* N° 1.
- Gaudreault, F. y Jost, F. (1995) *El relato cinematográfico*, Buenos Aires: Paidós.
- Halbwachs, M. (2011) *La memoria colectiva*. Buenos Aires: Miño y Dávila Editores.
- Jelin (2017) *La lucha por el pasado*, Buenos Aires: Siglo XXI.
- Jost, F. (2009) "Proposiciones metodológicas para un análisis de programas de televisión." En *Revista La Mirada de Telemo*, N° 3, PUCP, 2009, 10 de enero de 2016. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/lamiradadetelemo/article/view/3539/3428>
- Jost, F. (2014) Webseries y series de TV idas y venidas. Narraciones en tránsito. CIC Cuadernos de Información y Comunicación 2014, vol. 19, 39-51. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/43902/41500>
- Klein, I. (2008) *La ficción de la memoria*, Buenos Aires: Prometeo.
- Salabert, P. (2010) "Ouroboros. Del tiempo vulgar al gran tiempo" en *Revista de Signis* N° 15, *Tiempo y espacio en la construcción de identidades*, Revista de la Federación Latinoamericana de Semiótica, María Teresa Dalmasso, Fernando Andacht y Norma Fatala (coord.), Ed. La Crujía, Buenos Aires.
- Scolari, C. (2006) "La estética posthipertextual", 10 de

enero de 2016. www.uvic.cat/fec/recerca/grid/fitxers/archivos_scolari/Scolari_Hiperliteratura2006.pdf

Verón, E. (2003) "Televisión y política: historia de la televisión y campañas presidenciales." En Antonio Fausto Neto y Eliseo Verón (comps.) - Antonio Albino Rubim (2003) Lula Presidente. Televisión y política en la campaña electoral, Sao Paulo, Hacker, Sao Leopoldo, RS: Unisinos. Traducción, María Elena Bitonte, 10 de enero de 2016. <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/delcoto/biblioteca.php#traducciones>.

LO JOVEN EN LA PANTALLA. UN ESTUDIO DE LAS REPRESENTACIONES CONSTRUIDAS POR UN NOTICIERO TELEVISIVO LOCAL DE AIRE

Coleff, Amir Milán

DCH - FCH- UNRC/amircoleff@gmail.com

Palabras claves: noticieros televisivos; juventud; representaciones; discurso; medios de comunicación

Martes 18 de julio de 2017. Tras la denuncia mediática del ex Defensor del Pueblo, Mario Alesci, los medios locales se aglutinan en la Plaza Olmos en busca de sus imágenes. Los jóvenes destrozan el espacio público con sus bicicletas y piruetas. Desde el municipio advierten que tras los hechos de vandalismo se tomarán medidas de seguridad.

Jueves 20 de julio de 2017. El lugar de la cita se repite. Los medios se aglutinan en la Plaza Olmos en busca de sus imágenes. Mates, torta y sonrisas. Divina juventud festejando el día del amigo.

Introducción: el origen del interrogante

Día a día los medios corren detrás de la realidad/verdad o, al menos, en su hacer cotidiano, eso afirman. Ahora bien, ¿Realmente hay una realidad/verdad en esencia, detrás de la cual corren los medios en su misión de aprehenderla y ponerla al servicio del público? ¿O bien, por el contrario, la realidad/verdad es un fenómeno –

por oposición a un nómeno/esencia- que se elabora, que se construye? Cuantiosas páginas se han escrito en la historia de las ciencias sociales y humanas en pos de dar respuesta a tales interrogantes. Situándonos dentro del campo de la comunicación y en el marco de las complejas sociedades mediatizadas en las que vivimos, sostenemos la impertinencia de concebir a los medios de comunicación masiva como meros reproductores de la realidad, y la necesidad, en cambio, de conceptualizarlos como complejos dispositivos de producción de sentido (Verón, 1995; Rusconi, 2001).

Es en ese marco conceptual que se sitúa el interrogante que guía el presente trabajo, partiendo de la sospecha de que entre las dos noticias referidas al comienzo de esta introducción hay más que sólo dos días de diferencia. ¿Tres o cuatro? No. No se trata de días sino de diferencias discursivas: en el enfoque, en el tratamiento, en la fuente, en fin, en el modo de construir discursivamente al sujeto *jóvenes*.

Estudiar las representaciones sociales mediatizadas

En las actuales sociedades mediatizadas, los medios de comunicación masiva cumplen un rol central en la construcción social de la realidad, esto es, en tanto experiencia colectiva para los actores sociales (Verón, 1995). Erguidos en instituciones socio-tecnológicas significantes, en su quehacer cotidiano el mundo deviene en discurso social, a través de un proceso infinito de producción-circulación-consumo que (re)configura lo real en una densa trama discursiva en la que habitan sujetos, objetos, instituciones, valores, historia. Es decir, opuesta a aquella comprensión del accionar de los medios de comunicación masiva como reflejo de la realidad que bien puede condensarse en la metáfora de los "medios como una ventana al mundo", los entendemos aquí como constructores rutinarios de la realidad social.

En consecuencia, si partimos de la consideración de que los medios construyen discursivamente determinadas representaciones acerca de los jóvenes, las cuales influyen en los marcos de sentido desde los cuales la sociedad piensa a la juventud, en las conductas por medio de las cuales interactúa con ella e incluso en las políticas que hacia ella apuntan, resulta de relevante importancia su estudio en el seno del discurso mediático. Es en ese marco, que nos propusimos estudiar las representaciones sociales acerca de la juventud presentes en el noticiero local Telediario.

La selección de este programa se fundamentó en dos aspectos: por ser el noticiero de mayor audiencia en la ciudad desde hace más de 20 años, tal como surge de los estudios de audiencia que se realizan periódicamente en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto (Grillo *et al.*, 2011,

Rusconi *et al.*, 2017), y por su producción de noticias locales. En este último sentido, se añade el hecho de que en dicho informativo *lo local* deviene en una modalidad discursiva (Rizzo, 2001).

El trabajo aquí presentado fue desarrollado en el marco de una Beca de Ayudantía de Investigación (Becas Becer 2018) otorgadas por la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC). Bajo el título “Repensar lo joven: hacia una juventud multicolor. Un estudio de las representaciones construidas por el noticiero local, la propuesta de trabajo se vinculó al proyecto marco “La protesta social televisada vista en clave política. Un abordaje integral del proceso de construcción y recepción de las noticias” (SeCyT-UNRC), que lleva adelante el equipo de investigación dirigido por la Dra. Silvina Berti. El trabajo del becario, fue dirigido por la Dra. Ariadna Cantú y la Dra. Silvina Berti.

Objetivos

El objetivo general que nos propusimos en este trabajo de investigación fue analizar las representaciones sociales acerca de la juventud en el discurso del noticiero televisivo local Telediario, su caracterización y sus modalidades de construcción. Para ello, se abordaron dimensiones específicas del problema de investigación, a saber: las formas de representación de los jóvenes y los tipos de discursos referidos a las juventudes vehiculizados por el noticiero local; las valoraciones asignadas a los distintos tipos de representaciones referidas a los jóvenes; la relación entre las categorías de edad, moratoria social y características socioeconómicas y culturales en la construcción de tales representaciones; y los sistemas axiológicos y las tópicos dóxicas a través de los cuales se configura la categoría juventudes.

Aspectos metodológicos

Metodológicamente, se realizó análisis de discurso del noticiero televisivo Telediario, Canal 13 de Río Cuarto. Las unidades a estudiar fueron seleccionadas durante el mes de julio de 2018. El procedimiento para ello fue el registro de 20 emisiones consecutivas del noticiero Telediario Tercera Edición (emitido de lunes a viernes de 20:30 a 21:40) de las cuales, a su vez, se seleccionaron las noticias en las que estaba presente la categoría *jóvenes*. El corpus de análisis final estuvo formado por 45 noticias. Para su estudio, se recurrió al análisis de discurso de origen semiótico haciendo hincapié en los aspectos temáticos, tópicos, retóricos y en clasificación y dispositivos y en los aspectos enunciativos. (Angenot, 1982; Verón y Fisher, 1986)

Un mapa de las representaciones mediatizadas por el noticiero local

Esbozar un mapa de las representaciones sociales acerca de la juventud presentes en el discurso del noticiero televisivo local Telediario, implica reconocer inicialmente, al menos, las siguientes: 1. Joven como *ser del futuro*; 2. Joven como *ser en transición*; 3. Joven como *ser no productivo*; 4. Joven como *ser rebelde*; 5. Joven como *ser victimizado*; 6. Joven como *ser desinteresado*; 7. Joven como *ser desviado*; y 8. Joven como *ser peligroso* (Chaves, 2005).

En términos generales, en el corpus estudiado la representación 1 (*ser del futuro*) se vincula con la manifestación *blanca* del mito de la juventud propuesta por Braslavsky (1986), como aquellos “personajes maravillosos y puros que salvarían a la humanidad de la entropía. [...] Ellos serían los participantes, los éticos”. Las representaciones 2 y 3 (*ser en transición* y *ser no productivo*) materializan a la *juventud dorada*, en tanto sujetos privilegiados que poseen tiempo libre, que disfrutan del ocio, de modo que viven sin mayores angustias ni responsabilidades. Las representaciones 5, 6, 7 y 8 (*ser victimizado*, *ser desinteresado*, *ser desviado* y *ser peligroso*) constituyen lo que Braslavsky denomina *juventud gris*, en tanto es depositaria de todos los males: “Los jóvenes serían la mayoría entre los desocupados, los delincuentes, los pobres, los apáticos. Ellos serían la desgracia y la resaca de la sociedad argentina” (Braslavsky, 1986, p. 13).

En referencia a las valoraciones, mientras la representación de joven como *ser del futuro* aparece claramente modalizada como positiva, a las de joven como *desinteresado*, *desviado* y *peligroso* se las modaliza como claramente negativas. Más complejo, en cambio es el caso de las representaciones 2, 3, 4 y 5 (*ser en transición*, *ser no productivo*, *ser rebelde* y *ser victimizado*). La 2 (*ser en transición*), si bien les niega identidad propia a las juventudes en tanto lo reduce a un “camino hacia lo adulto”, no es depositaria de valoraciones negativas más allá de lo dicho. A las representaciones de joven como *ser no productivo* y *rebelde*, en cambio, se las valora positivamente cuando se refiere a sectores socioeconómicos medios y altos mientras que se los axiologiza en negativo cuando pertenecen a sectores bajos (*Ser no productivo*: “No trabajan ni estudian/Nini”, *Ser rebelde*: “rebelde sin causa/desviado/no obedece/no entra en razón”). La representación de joven como *ser victimizado* generalmente aparece asociada a los rasgos de una *juventud gris*, pero desde un marco valorativo que ubica al joven como condicionado por un sistema exterior que lo “condena”. Desde ese lugar, su negatividad es relativizada y atribuida a factores externos. No obstante, esta última construcción termina por valorar negativamente a la juventud cuando le niega, casi siempre

implícitamente, capacidad de acción/agencia.

Cada representación aparece en el marco de las noticias como un discurso particular que, no obstante, tiende a identificar –en el marco de cada noticia- a todos los jóvenes con dicha construcción discursiva. Esto quiere decir que en cuanto se presenta una determinada construcción representativa tiende a englobar a toda la juventud bajo esa concepción particular, descuidando, en ese sentido, que la juventud constituye un entramado múltiple y complejo.

Bibliografía

- Angenot, M. (1982). *La parole pamphlétaire*. Paris: Payot.
- Braslavsky, C. (1986). *La juventud argentina: informe de situación*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Chávez, M. (2005). “Juventud negada y negativizada: Representaciones y formaciones discursivas vigentes en la Argentina contemporánea”. *Última Década*, 23, 9-32.
- Fisher, S y Verón, E. (1986). “Théorie de l’énonciation et discours sociaux”, *Etudes des lettres. Langages et connaissance*, Faculté des Lettres. Université de Lausanne.
- Grillo, M, Rusconi, C, y Bosco, M. (2011). “Estudio de audiencias. Río Cuarto, diciembre 2010”. *Cuadernos de Temas y Problemas de Comunicación*, 8.
- Rizzo, A. (2001). “Lo común y lo diverso: flujos mediáticos globales y televisión local”. *Temas y Problemas de Comunicación*, 11, 23-38.
- Rusconi, C. (2001). “Noticiero televisivo, comunidad y ciudadanía”. Ponencia presentada en el I Congreso Ibérico de Comunicación. Málaga.
- Rusconi, C, Bosco, M y Milani, M. (2017) “Estudio de audiencias. Río Cuarto, diciembre 2016”. CICOM – DCC, FCH, UNRC. Río Cuarto. (Inédito)
- Verón, E. (1995). *Construir el acontecimiento* (2da ed.). Barcelona: Gedisa.

DISCURSIVIDAD MEDIÁTICA SOBRE EL HÁBITAT POPULAR EN BARRIOS COSTANERA Y DIAGONAL

Décima, Débora Leticia

Centro de Estudios sobre Territorio y Hábitat Popular (CETyHaP) - FAU - UNT/

decimaperiodista@gmail.com

Palabras claves: procesos comunicacionales; asentamientos informales; representaciones

Introducción

El siguiente trabajo se constituye como una primera etapa exploratoria sobre una investigación más amplia en relación al estudio de los procesos de comunicación en la producción del hábitat popular en asentamientos informales del Gran San Miguel de Tucumán (GSMT). La presente propuesta aspira conocer las relaciones existentes entre las representaciones mediáticas del hábitat popular y los procesos vinculados a la informalidad urbana. Se propone identificar y caracterizar las discursividades hegemónicas, oficiales y alternativas, en torno al hábitat popular, con el fin de aproximarnos a dilucidar qué discursos, sentidos y representaciones ponen en circulación los medios de comunicación, en relación al sostenimiento o resistencia de las condiciones de desigualdad urbana.

Discursividad mediática

Entendiendo a los medios de comunicación como dispositivos centrales en la construcción de identidades y alteridades, y en la modelación de mecanismos que legitiman la desigualdad, es que resulta necesario analizar el rol que éstos juegan en relación a la producción del hábitat popular, en su contexto social e histórico. Puesto que se trata de una relación dialéctica, donde la hegemonía comunicacional puede ser reelaborada en un proceso de luchas y conquistas, en la que la defensa por la autoría de la palabra (Requejo, 2004) resulta imprescindible.

Sucede que todo orden social necesita producir sujetos que reproduzcan la ideología dominante sin cuestionarla (Quiroga, Racedo, 1995). Dicha ideología se presenta

ante los sujetos como dada, naturalizada, y reforzada por los medios de comunicación hegemónicos, cuya tarea consiste en exaltar unos aspectos y ocultar otros (Vinelli, 2014), a través de fenómenos funcionales a la fragmentación social, la persuasión de la pasividad de los sujetos y el sostenimiento de procesos de conservación de las formas de hegemonía (De Moraes, et. al, 2013).-

No obstante, la realidad objetiva demuestra cómo se suceden experiencias barriales de resistencia, a partir de la necesidad de asumir el protagonismo como productores de sus propias historias. Entonces, si bien pueden operar como un mecanismo promotor de estigmatización y fragmentación social, los medios de comunicación también se constituyen como herramienta para vehicular los discursos de estos sujetos con rol protagónico en el refuerzo de su propia identidad, promoviendo su palabra dentro del barrio, entre sus vecinos y hacia afuera del mismo para con el sector público y privado, en un interjuego constante con los medios de comunicación hegemónicos y alternativos.

Aspectos metodológicos

Se propone trabajar sobre un estudio de casos en el GSMT, mediante el desarrollo de una estrategia de investigación mixta, cuantitativa y cualitativa. Los casos fueron seleccionados a partir de la identificación de experiencias de comunicación alternativa, en la que se reconoce la participación activa de los vecinos interpelando el mensaje de la prensa dominante: el barrio Costanera Norte, en el municipio Capital, sobre un área degradada con población mayormente perteneciente a sectores medios y populares; el barrio Diagonal Norte, en el municipio Yerba Buena, caracterizado por población de elevado poder adquisitivo. Se realiza la recopilación de publicaciones de páginas webs donde los barrios fueron mencionados, pertenecientes a diferentes medios de comunicación, durante el período 2013 al 2017. Posteriormente, se llevó a cabo la sistematización del material teniendo en cuenta tres categorías: a)- Medios Hegemónicos: *La Gaceta y Tucumán a las 7*; b)- Medios Oficiales: *Secretaría de Estado de Comunicación Pública, Municipalidad de San Miguel de Tucumán y Municipalidad de Yerba Buena*; c)- Medios Alternativos: *Agencia de Prensa Alternativa y Colectivo La Palta*.

Cada una de las tres categorías están subdivididas en TEMA PRINCIPAL y TEMA SECUNDARIO, de acuerdo al tratamiento que cada medio dedica a los barrios. A su vez, cada una de estas dos subdivisiones, tendrá una clasificación en siete secciones, a partir del reconocimiento de temáticas emergentes recurrentes.

Luego de la clasificación del material relevado se procede a analizar los resultados obtenidos mediante las variables inherentes a la discursividad mediática: a)-

sección en la que se publica la noticia, b)- contenido y enfoques, c)- características, d)- dimensión simbólica, e)- representaciones sociales.

Resultados obtenidos

Temáticas emergentes

A partir de los resultados obtenidos en el proceso de relevamiento de noticias, la identificación de temáticas recurrentes permitió realizar una clasificación de emergentes, resultantes en variables de análisis aplicadas a las categorías a)- medios hegemónicos, b)- medios oficiales, c)- medios alternativos:

- 1)- INSEGURIDAD: hechos de delincuencia y vandalismo con intenciones de robo.
- 2)- VIOLENCIA: conductas o situaciones que provocan, o advierten, daño o sometimiento grave (físico, sexual, verbal o psicológico) a un individuo o a la comunidad, no relacionadas con al robo.
- 3)- NARCOTRÁFICO/NARCOMENUDEO: producción, fraccionamiento y comercialización de drogas.
- 4)- ADICCIONES: consecuencias que padecen víctimas directas, o indirectas, del consumo de drogas.
- 5)- PROCESOS DE LUCHA Y RESISTENCIA: procesos protagonizados por vecinos del barrio, en ocasiones acompañados por técnicos y/o profesionales relacionados al mismo.
- 6)- HÁBITAT: espacio material e inmaterial que constituye el barrio.
- 7)- AGENDA POLÍTICA: accionar o decir por parte de actores políticos oficialistas y opositores.
- 8)- OTROS: no corresponden a las categorías anteriormente mencionadas.

Visibilidad de los barrios

Durante el proceso de relevamiento de noticias, los barrios seleccionados como casos de estudio presentaron una marcada diferencia en relación al número de noticias que cada medio destina en cada caso. Si bien ambos barrios forman parte del grupo de asentamientos informales más antiguo del aglomerado GSMT, se destaca la atención que, sobre todo los medios hegemónicos, destinan al barrio Costanera Norte, en comparación con Diagonal Norte. Éste último incluso difícil de localizar en el proceso de búsqueda de noticias, puesto que no es referenciado bajo su nombre, sólo se ubican calles del mismo, o se le menciona dentro del municipio Yerba Buena. Por

el contrario, en el caso del barrio Costanera Norte, las noticias mencionan su nombre al inicio, principalmente en el título, a veces directamente en la bajada.

Controles velados y representaciones sobre el territorio

Al analizar el conjunto de noticias relevadas de *medios hegemónicos* seleccionados, en sus discursos éstos presentan controles velados y sutiles, a partir de la producción y reproducción de un discurso dominante, estigmatizante en relación a quienes habitan los barrios Diagonal y, muy especialmente, Costanera. La mayor cantidad de noticias relevadas corresponde a las temáticas ADICCIONES, NARCOTRÁFICO/NARCOMENUDEO e INSEGURIDAD, evidenciando la elección editorial del medio en relación al abordaje de los barrios populares. Historias protagonizadas por jóvenes, varones, con problemas de consumo, principalmente paco, vinculaos a hechos de violencia o delincuencia. En estos relatos, la problemática del consumo de drogas es mencionado como un caso aislado, no como un entramado histórico social, culpabilizando a las víctimas del consumo de paco, relacionándolos directamente con la violencia y la delincuencia. Otro gran grupo de noticias relevado, incluye relatos destinados a la descripción de operativos de fuerzas de seguridad, situaciones de robo, y *mapas del delito*, donde se ubica a los barrios dentro del conjunto de la denominada *zona peligrosa, zona roja, impenetrable, punto caliente*. En muchos de estos relatos, la decisión del medio es publicar la noticia sin corroborar la información, puesto que las familias del barrio no suelen ser fuente de información. Por el contrario, legitiman voces oficiales, de los funcionarios municipales, provinciales y nacionales, de las fuerzas de seguridad y la iglesia.

En sus publicaciones los *medios oficiales* producen la idea de un territorio uniforme, donde Costanera y Diagonal comparten mismas necesidades, y a los cuales ofrecen mismas respuestas: limpieza y desmalezamiento de algunas zonas, forestación, pavimentación, actividades recreativas. Barrios propicios para hacer campaña política anunciando obras públicas que nunca concluyen. No dan lugar al testimonio de vecinos, salvo para destacar la gestión (provincial o municipal). La noticia siempre está enfocada en los funcionarios y sus visitas a los barrios. La problemática de la venta y el consumo de drogas en general no aparece en ningún momento mencionado. Sin embargo, mencionan el tema de la adicción, pero como parte de un paquete de soluciones a desarrollar en sus proyectos políticos.

Los *medios alternativos* por su parte, se diferencian de los medios oficiales y hegemónicos al presentar una agenda de noticias alternativa al discurso dominante: no incluyen en su página las secciones POLICIALES, INSEGURIDAD,

o NARCOTRÁFICO. En ese sentido, en su cobertura sobre ambos barrios se evidencia un abordaje integral del territorio, como un entramado social e histórico, donde las adicciones se entienden como una enfermedad y no como un delito. Una herramienta al servicio de los barrios, posibilitan la ruptura del cerco mediático impuesto por los medios hegemónicos, mediante la vehiculización de la palabra de los vecinos protagonistas de procesos de lucha y resistencia. Desnaturalizan el discurso estigmatizante, no ocultan su posicionamiento político/comunicacional, construyen un relato mediante el análisis profundo de las causas y consecuencias de las problemáticas que afectan a los barrios, detallando las necesidades y carencias. En este caso, el testimonio de los vecinos resulta fundamental, en tal caso fundante, para la construcción de las noticias.

Bibliografía

Boldrini, P. (en prensa). “Informalidad en el Gran San Miguel de Tucumán”. En “La Ciudad (re) negada”. Cravino, C. (Compiladora).

Malizia, M. y Boldrini, P. (2012). “Las lógicas de ocupación del espacio urbano. Un estudio de realidades contrapuestas. El caso de las urbanizaciones cerradas y villas miseria en Yerba Buena, Gran San Miguel de Tucumán”. Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Jujuy, núm. 41, pp. 197-219. Universidad Nacional de Jujuy. Jujuy, Argentina.

Bolsi, A. y Paolasso, P. (2009). “Geografía de la pobreza en el Norte Grande Argentino”. 1era Edición. Tucumán. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - Argentina (PNUD - Argentina), Instituto Superior de Estudios Sociales (ISES), Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Universidad Nacional de Tucumán (UNT), Instituto de Investigaciones Geohistóricas (CONICET).

De Moraes, D., Ramonet, I., Serrano, P. (2013). “Medios, poder y contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información”. Editorial Biblos. Buenos Aires - Argentina.

Gómez López C., Cuzzo R. y Boldrini P. (2015). “Impacto de las políticas de la vivienda en el Área Metropolitana de Tucumán, Argentina, 2003-2013”. Revista Cuaderno Urbano, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Nacional del Nordeste. ISSN 1853 - 3655 (versión digital), ISSN 1666 - 6186 (versión impresa).

Gramsci, A. (1981). “Cuadernos de la cárcel”. Ediciones Era. 2006. México

Hernández García J. (2005). “Participación y hábitat: ¿Sueño posible o relación no deseada?”. Revista INVI n°

055, Universidad de Chile.

Paolasso, P., Malizia, M., Longhi, F. (2011). *“Vulnerabilidad y segregación socioespacial en el Gran San Miguel de Tucumán (Argentina)”*. Instituto superior de Estudios Sociales (ISES), CONICET – Tucumán.

Quiroga A., Racedo J. (1995). *“Crítica a la vida Cotidiana”*, Ediciones cinco, Buenos Aires.

Quiroga, A. (2001). *“Enfoques y perspectivas en psicología social; desarrollos a partir del pensamiento de Enrique Pichón-Rivière”*. Ediciones Cinco, Buenos Aires.

Requejo, M. (2004). *“Lingüística social y autoría de la palabra y el pensamiento: temas de debate en psicología social y educación”*. Ediciones Cinco. Buenos Aires. Argentina.

Vinelli, N. (2014). *“La televisión desde abajo. Historia, alternatividad y periodismo de contrainformación”*. Colectivo El Topo Blindado. Cooperativa El Río Suená. Buenos Aires.

MARGINALIDAD EN LOS DISCURSOS POLÍTICOS DE LA ALIANZA CAMBIEMOS: LOS CASOS McDONALD’S EN LA VILLA 31 Y LA PRIVATIZACIÓN DE LA UNIVERSIDAD PÚBLICA

Delupi, Baal

CEA - UNC / delupibaal@gmail.com

Palabras claves: precariedad; retórica; política; neoliberalismo; sujeto

Introducción

El año 2015 marcó un ‘giro hacia la derecha’ en el escenario político Latinoamericano. Luego de 17 años de conducción por parte de los denominados gobiernos progresistas, candidatos conservadores y de derecha se impusieron en la presidencia en buena parte de la región. En el plano discursivo, se detectó un cambio en la hegemonía (Angenot, 2010) que permitió la emergencia de ciertos discursos con un modo particular de circulación.

Nuevos horizontes de inteligibilidad se configuraron en torno a una lógica y estética neoliberal: en Argentina gana las elecciones la coalición CAMBIEMOS, dejando atrás 12 años de gobierno kirchnerista catalogado como “populista” (Laclau, 2005) en algunos casos o como “nueva izquierda” (Natanson, 2008) en otros.

El discurso neoliberal actual se diferencia del de épocas anteriores, configurando un orden del discurso en torno al miedo, a la inseguridad, a lo precario y a lo marginal; una estética de guerra marca el entramado de enunciados y enunciadorez legítimos dentro del gobierno de Cambiemos; un amplio contradestinatario (Verón, 1987) se configura como ese “otro enemigo”. Ya no se trata solo de la fuerza política kirchnerista, el adversario se cristaliza en diversos sectores de la sociedad: el sindicalismo, los docentes, piqueteros, mapuches, etc.

Estos sujetos aparecen cada vez más en pantallas de televisión y en redes sociales, lugares donde se configura lo social. En este sentido, considero que el discurso social construye ese sujeto-norma a partir del cual se “midem” otros; en este sentido, lo marginal es un efecto de sentido de los juegos de poder hegemónicos que posicionan al sujeto en los márgenes, apartando y excluyendo, pero también incluyendo en tanto control sobre lo decible y lo pensable. Es, entonces, una exclusión inclusiva, un dispositivo por equivalencia: el neoliberalismo expresa un presupuesto de “todos podemos acceder a cualquier cosa” ficticio, atravesado por una desigualdad estructural.

Aproximaciones al discurso de Cambiemos

El discurso de María Eugenia Vidal sobre la privatización de la educación pública se emitió por la TV Pública Argentina el jueves 27 de abril de 2017. En esa conferencia de prensa, la gobernadora de Buenos Aires comenzó diciendo que “la educación pública en la provincia se privatizó de hecho. Cada vez más familias de las que menos tienen hacen un enorme esfuerzo por llevar a sus hijos a una escuela vecinal, parroquial, para evitar que pierdan días de clases”. Es decir, plantea que en la escuela pública se pierden días de clases y que eso ha llevado a miles de familias a que manden a sus hijos a escuelas privadas.

Aparece un juego retórico del convencimiento, de alguien que ‘no da marcha atrás’ y que es consecuente con sus decisiones:

No especulé cuando pedí las declaraciones juradas de los policías, cuando me peleé contra el juego, cuando hice la primera reforma del Servicio Penitenciario... No estoy viendo si esto me va a beneficiar. Creo que la educación pública no da para más.

El contradestinatario (Verón, 1987) refiere al

kirchnerismo, quien según ella hace todo lo posible para poner ‘palos en la rueda’:

Hay una parte de la provincia representada por el kirchnerismo que quiere volver atrás. Que va a hacer lo imposible por instalar que estamos peor. El kirchnerismo tiene mucho que perder en términos judiciales y eso no es consecuencia de este gobierno.

Por su parte, el 10 de junio de 2019 Horacio Rodríguez Larreta colocó, públicamente, la ‘piedra final’ del local McDonald’s en la ex villa 31. Este negocio inaugurará el próximo mes de octubre de 2019:

Anunciamos la construcción del primer local de McDonald’s en el Barrio 31. Un proyecto que significa más oportunidades para los jóvenes que están buscando laburo y un paso más en la integración del Barrio: ahora hay escuelas, centros de salud y plazas. Esto es el cambio (cuenta de twitter de Larreta).

En estos discursos detecto algo singular, estrategias retóricas se entremezclan para configurar una idea de la marginalidad específica: aquellos excluidos del sistema que ‘pueden si se esfuerzan’, por fuera del Estado: escuelas privadas (en el caso de Vidal) y compartiendo los puestos de trabajo creados por empresas privadas para algunos pocos, en el caso de Larreta. Aquí se proyecta un *ethos marginal* que se expresa en el dispositivo por excelencia del discurso de cambiamos: la idea de una *exclusión inclusiva* a partir del esfuerzo individual y del capital privado, es decir, ‘te lo mostramos, podés participar pero por las condiciones socio-económicas y culturales no vas a poder llegar’.

Puedo referenciar ciertos clivajes que dan cuenta de esta operación:

Lo público/privado

La distinción de lo público que corrompe y anula, y lo privado que permite que las cosas ‘se cumplan’ (el caso de la educación según Vidal) es una constante a lo largo de las gestiones de Cambiamos. Ahora bien, esto parece ser utilizado en el dispositivo de inclusión/exclusión: en el caso de Vidal, estar en la educación pública implica una falta, una pérdida de la actividad escolar, por ende es mejor esforzarse un poco más y mandar a los hijos a una escuela privada. Aquí se desprende un subclivaje que refiere al par *seguro/inestable* referido a la educación. No importa aquí si hay alguien que no puede pagar una educación privada, sino que se trata de una noción de escalonamiento, de un ‘debés acceder aquí’ sino quedarás afuera. No hay una reflexión acerca de las condiciones materiales para la educación, se muestra una sola opción.

Lo descripto anteriormente se relaciona de manera

estrecha con la inauguración del McDonald’s en un lugar tan controversial como la ex villa 31. Un sitio donde muchos jóvenes no pueden acceder a las condiciones mínimas de vida, menos va a poder comprar un combo del local norteamericano. Otra vez aparece el dispositivo exclusión/inclusión, es decir se proyecta un *ethos meritocrático* en relación a la condición de marginalidad: ‘vos que estás expulsado del sistema, que vivís en los márgenes de la ciudad/provincia de Buenos Aires también podés acceder a esta comida, solo se trata de que vayas’. Este es el mensaje, dado que “ahora hay escuelas, centros de salud y plazas” (Larreta). Compara un McDonald’s con estos institutos. A su vez, para Larreta, este McDonald’s implica “más oportunidades para los jóvenes que están buscando laburo y un paso más en la integración del Barrio”. La integración, es decir, la posibilidad de que aquellos marginados se unan a otros con más posibilidades se cristaliza, al parecer del Jefe de Gabinete de la Ciudad de Buenos Aires, a partir de un McDonald’s. Lo privado parece unir, dando posibilidades de trabajo y logrando que haya mayor acceso a una comida cotizada en dólares. En ningún momento aparece una reflexión de las condiciones materiales, de cómo podrán costear los que menos tienen esto.

Pasado por futuro

Otro clivaje que aparece en los dos discursos es el del pasado por el futuro. Si bien en todo discurso político hay alusión a un antes-después, en este caso la configuración de lo marginal está estrechamente vinculada a este par. Parece sobreentenderse que la construcción de McDonald’s o la privatización “de hecho” de la educación pública tiene un fuerte vínculo con el presente y futuro, como bien dice Larreta “esto es el cambio”. Ahora sí, dice Vidal, se puede pensar en el acceso mientras otros quieren llevarnos al pasado: “Hay una parte de la provincia representada por el kirchnerismo que quiere volver atrás” (Vidal). Según este discurso, el kirchnerismo, por un lado, llevó a la gente a los márgenes y, por el otro, no dio la posibilidad de acceder por la vía meritocrática, la del esfuerzo, la que “cada vez más familias de las que menos tienen hacen un enorme esfuerzo” (Vidal). Se trata entonces de eso, de un esfuerzo, de poder ingresar en el mundo de los que ‘quieren hacer las cosas bien’.

En síntesis, los discursos de estos dirigentes de cambiamos configuran un sujeto marginal particular a partir de un dispositivo de inclusión/exclusión, negando al Estado como posible vía de integración, y proponiendo como línea de escape la concepción meritocrática neoliberal sobre lo privado. Así lo público aparece como un *tabú* y lo privado como *fetiché* (Angenot, 2010). Los discursos analizados proponen que el rol del Estado sea la de un espectador que permite la articulación del esfuerzo individual con los capitales privados.

Bibliografía

- Angenot, M. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Althusser, L. (1988). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado. Freud y Lacan*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Butler, J. y Athanasiou, A. (2017). *Desposesión: lo performativo en lo político*. Traducción de Fernando Bogado. Buenos Aires: eterna cadencia.
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Natanson, J. (2008). *La nueva izquierda. Triunfos y derrotas de los gobiernos de Argentina, Brasil, Bolivia, Venezuela, Chile, Uruguay y Ecuador*. Buenos Aires: Debate.
- Verón, E. (1981). *La semiosis social*. Barcelona, España: Gedisa.
- Verón, E. “la palabra adversativa” En: *El discurso político. Lenguaje y acontecimientos*. Hachette, Buenos Aires 1987.
- Vommaro, G. (2017). *La larga marcha de Cambiemos. La construcción silenciosa de un proyecto de poder*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno Editores.

LA DENUNCIA SOCIAL EN EL HIP-HOP: ANÁLISIS SOBRE LETRAS DE RAP Y TRAP EN ARGENTINA

Díaz, Eliseo

FCS - UNICEN / eliseod957@gmail.com

Palabras claves: culturas juveniles; cultura hip-hop; teoría de la enunciación; análisis del discurso; problemáticas sociales

Desarrollo del problema

Para el presente trabajo se toma como punto de partida las expresiones artísticas del hip-hop. Este no solo constituye un género musical sino que puede ser entendido, en los términos de Reguillo Cruz, como una cultura juvenil

(2000, 2004), que engloba cuatro elementos: *Disc Jockey* (Dj), *Graffiti*, *Master of Ceremony* (MC) y *Break-dance*. Algunos de los géneros musicales que se desprenden de este son el Rap y el Trap. Esta cultura nació en la década de los ‘70 en las calles del distrito del Bronx, en Nueva York, como respuesta a la represión que sufrían los ciudadanos afroamericanos en Estados Unidos, recluidos en una especie de “gueto” moderno.

Con el pasar del tiempo este movimiento se ha constituido como una importante potencia musical y en Argentina se ha generado una propia subcultura del hip-hop con todas sus ramas correspondientes. En el período 2016-2018 tuvo un resurgimiento en los sectores juveniles a partir de competencias de *freestyle* como El Quinto Escalón⁹⁹, con un gran número de concurrentes, y de la aparición de cantantes con masivos números de escucha en sus temas. Representantes, en su mayoría jóvenes, son los que encabezan las canciones más reconocidas de los géneros musicales del hip-hop actualmente.

Ante lo expuesto el objetivo general de este trabajo busca analizar la construcción discursiva de dos letras de música, de los géneros Rap y Trap, que denuncian problemáticas sociales actuales. De este objetivo general se desprenden 1) analizar las construcciones discursivas de las letras “Púrpura” (Wos, 2018) y “Quid pro quo” (Beelze, 2017) a partir de los aportes teóricos metodológicos de la Teoría de la Enunciación 2) Identificar cómo se expresa en el discurso la denuncia de las desigualdades sociales en el contexto de Argentina en 2018.

Antecedentes

En lo que a Latinoamérica respecta, se han encontrado gran variedad de textos que aborden la temática rap en el marco de un análisis discursivo. En cambio, específicamente de Argentina, no se encuentran a disposición una variedad significativa de trabajos.

Leslie Colima y Diego Cabezas (2017) analizan este género musical y su vinculación con la lucha social en Chile, su estudio se propuso un objetivo similar al que presentamos en este trabajo: identificar las elecciones lingüísticas dentro de la canción “Donde empieza” (Portavoz y Subverso; 2012). Los autores, en sus conclusiones, pudieron observar en la letra del rap la utilización de las funciones de legitimación, deslegitimación, coerción, y resistencia, oposición y protesta, sumadas a la exclusión

⁹⁹ Así se denominó a los encuentros de “batallas de gallos” más importantes de la Argentina, realizados en el Parque Rivadavia, en el barrio de Caballito en la Ciudad de Buenos Aires. Estos encuentros se celebraron de 2012 a 2017 y de allí surgieron reconocidos cantantes de trap y rap como Wos y Duki, entre otros.

de la estrategia de encubrimiento.

Por otra parte, Rosa Celso (2007) realiza un estudio sobre la cultura rap de Sao Paulo; su nacimiento, su evolución y sus códigos estéticos y discursivos. Un aspecto importante en este trabajo, que contribuye a pensar la temática tratada en este texto es el de “lenguaje de los bordes”. Hace referencia a los elementos discursivos utilizados por los raperos que dan cuenta de la situación que atraviesan como grupo y que resulta central para pensar la cultura hip-hop.

Otro de los aportes es la tesis de Andrea Masaya Salazar (2014). Este trabajo responde al análisis de la narrativa de ocho canciones de hip-hop que le permitieron entender de qué forma se expresan las y los artistas. Lo importante a destacar en este caso es que, al igual que en este trabajo, para lograrlo se realizó un análisis del discurso tomando algunas ideas del contexto planteadas por Teur Van Dijk. Otro trabajo basado en el análisis crítico del discurso es el de Rubén D. Vásquez (2014). Este análisis tiene como objetivo observar desde un enfoque crítico una canción del género rap escrita por jóvenes de la ciudad de Tunja en 2014. Aquí se destaca la importancia de abordar el rap desde el análisis crítico del discurso, para así poder observar los efectos de poder que tiene este tipo de música a nivel ideológico en la sociedad y su percepción de la realidad.

Finalmente, Luciana Carazo, Mingardi Paola, Milka Minetti y Carolina Roman (2014) se proponen reflexionar acerca de las prácticas comunicacionales, en la cultura Hip-hop, que posibilitan la construcción de sentidos y como estos se pueden observar en la vestimenta, la música y las letras de las canciones.

Metodología

El corpus de análisis elegido son dos canciones de dos cantantes diferentes. Una de ellas del género Trap y la otra del Rap. *Wos* (“Púrpura”) de 20 años y *Beelze* (“Quid pro quo”) de 22 años son los apodos de los jóvenes cantantes argentinos que interpretan estas canciones a analizar. Las mismas fueron elegidas porque son exponentes representativos de los géneros antes mencionados, esto lo demuestra la cantidad de visitas y comentarios en las redes sociales que generan sus producciones artísticas y el alcance de su música más allá del territorio nacional. Por otra parte, tanto en *Wos* como en *Beelze* se pone de manifiesto en sus letras una preocupación por denunciar las desigualdades sociales, que no se encuentra tan visible en otros cantantes de los mismos géneros en Argentina. Además, ambos cantantes fueron elegidos porque forman parte de un movimiento más amplio; la cultura hip hop en Argentina. Por este motivo, es probable que quienes escuchan a *Wos* conozcan también las canciones de *Beelze*, y viceversa. Es necesario aclarar que a los fines

de la presentación de este trabajo, fueron seleccionadas y analizadas solo dos letras de muchas otras disponibles. Si bien esto limita las posibilidades de un análisis transversal y comparativo que incluya diferentes letras musicales y cantantes, se considera que el corpus elegido en esta oportunidad es el adecuado para alcanzar los objetivos propuestos.

Las autoras tomadas para explicar las Teorías de la Enunciación, que enmarcan el análisis, fueron María Isabel Filinich (1998) y Catherine Kerbrat-Orecchioni (1980). La metodología propuesta se basa en determinar, mediante el análisis, cómo el hablante o enunciador organiza el discurso y de qué manera otorga sentido a los elementos deícticos y al propio acto de enunciación. Privilegiando de esta manera las diferentes perspectivas del enunciador.

Teniendo esto en cuenta, lo que se realizó fue un análisis detallado de deícticos (pronombres personales, demostrativos, temporalidad y espacialidad, etc.), como así también de subjetivemas (sustantivos, adjetivos y verbos) y de polifonía verbal (discurso directo e indirecto, alusión e ironía). Con estos datos se llevó a cabo un análisis de los corpus que no se centra en la personificación del enunciador, sino en los elementos que éste utiliza para la formulación de su discurso. Se intenta reconocer la voz oculta de los enunciadores, como así también las voces que se encuentren explícita o implícitamente en los corpus analizados.

Resultados

Dado que este trabajo propuso como objetivos analizar las construcciones discursivas de las letras “Púrpura” (*Wos*) y “Quid pro quo” (*Beelze*) a partir de los aportes teóricos metodológicos de las Teorías de la Enunciación y, por otra parte, identificar cómo se expresa en el discurso la denuncia de las desigualdades sociales en el contexto de Argentina en 2017/ 2018. En este apartado presentamos los resultados principales a los cuales arribamos, a partir del análisis de dichas letras de canciones.

Se pueden observar diferentes características de cada corpus. En principio, se destaca que ambos se plantean resistiendo a una amenaza; ya sea como destinatario directo de la enunciación (alocutario) o indirecto (no alocutario).

Entiendo que no sepan que expresar, si están viviendo mierda, que mierda van a contar (*Wos*, *Púrpura*)

Y en vez de estar presos nos obligan a votarlos (*Beelze*, *Quid Pro Quo*)

En ambas canciones los locutores se auto-perciben dentro de un grupo; el grupo que resiste a la amenaza externa.

Nos cambian la historia y hacen memoria de algo (Beelze, Quid Pro Quo)

La danza de los que resisten bailando aunque quieran que no seamos nadie (Wos, Púrpura)

Al analizar los corpus se puede entender un intento por generar una reflexión como principal fin; “despertar a las masas” y hacer que vean lo que están viviendo y culpa de quien o quienes.

Somos clones, clonazepan “clin” caja y dinero de a montones, que te amontones (Wos, Púrpura)

Barrios sin luz y los santos con velas; Está más barata la droga que la comida (Beelze, Quid Pro Quo)

En cuanto a los deícticos, subjetivemas y polifonía verbal se pueden destacar varios aspectos, que comparten las canciones analizadas. Respecto de la deixis: se utiliza la primera persona del plural para identificarse dentro de un grupo de personas; los pronombres posesivos y la desinencia verbal contribuyen a interpelar al público y convocarlo a resistir ante una determinada causa. En cuanto a los subjetivemas: se utilizan de diversos tipos, principalmente verbos, que se usan para juzgar y también de forma reflexiva. Además, sustantivos y verbos evaluativos posibilitan establecer la opinión del locutor en base a un grupo de personas, en el que él también se incluye, y a otro grupo de personas en el que se encuentran los “enemigos”. Por último, en cuanto a la polifonía verbal, se puede destacar en ambas canciones una amplia utilización del discurso indirecto y de la ironía para sustentar sus planteamientos.

Algo que se pudo observar es que, teniendo en cuenta al público en el que se orientan los géneros Rap y Trap, estos autores intentan deslegitimar un orden, muchas veces, tratando de generar reflexión en alguien al que no tienen acceso. Algunas de las causas de esto pueden ser las limitaciones generacionales, temporales o tecnológicas que existen. Por ejemplo, si bien en Púrpura el locutor le habla a un grupo que sí acostumbra escuchar su música (o eso se supone), realiza también interpelaciones del estilo de: “Pintan paredes y te parece vandalismo ¿Pero matan mujeres y eso a vos te da lo mismo?”. Estas frases van dirigidas hacia un destinatario que no escucha su música y que muy difícilmente le llegue esa interpelación, la pueda analizar y “deconstruirse”.

En las canciones analizadas se pueden ver planteamientos muy explícitos sobre las desigualdades en Argentina. Sus autores remarcan constantemente las diferencias entre dos grupos de personas. Estos grupos son, en primer lugar, el pueblo y los que se consideran marginados (en el que ellos se incorporan) y el de los poderosos. Políticos y la política, empresarios y las empresas, clases altas y el

Estado son las principales figuras criticadas.

Bibliografía

- Bajtín, M. (1999). Estética de la creación verbal (pp.294-323). México: Siglo XXI.
- Bazerman, C. (2012) Géneros textuales, tipificación y actividad. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Puebla. México.
- Beelze. (2017). Quid pro quo. [Youtube]. Buenos Aires, Argentina.: La Fábrica estudio.
- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (1999). Las cosas del decir. Manual de Análisis del Discurso. Barcelona: Ariel.
- Carazo, Luciana; Paola, Mingardi; Minetti, Milka y Roman, Carolina. (2014). *Culturas juveniles: Prácticas de hip hop en la ciudad de la Plata*. La Plata, Argentina.
- Chlinton, P y Schäfner, C. (2001) *Politics as Text and Text: Analytic Approaches to Political Discourse*. Amsterdam.
- Celso, Rosa. (2007) *La cultura rap: comunicación y lenguaje de los bordes*. *Culturas Populares*. Revista electrónica 4.
- Colima, Leslie y Cabezas, Diego (2017). *Análisis del rap social como discurso político de resistencia*. San Pablo, Brasil.
- Colorado, C. (2010) *Una mirada al Análisis Crítico del Discurso*. Entrevista con Ruth Wodak *Discurso & Sociedad*.
- Feixa Pampols, Carles. (1996). *De las culturas juveniles al estilo Nueva Antropología*. Distrito Federal, México.
- Filinich, M. I. (1998) *Enunciación*. Buenos Aires: Eudeba
- Kerbrat Orecchioni, C., (1980) *La Enunciación*. De la subjetividad en el lenguaje. Buenos Aires: Hachette, 1986
- Marínez, Laura; Delgado Daniel. *¿Qué es el hip hop?* España: Muy interesante <https://www.muyinteresante.es/cultura/arte-cultura/articulo/que-es-el-hip-hop-871377255918>
- Masaya Salazar, Andrea K. (2014). *Ideologías de género y discursos de resistencia en la escena hip hop juvenil guatemalteca capitalina*. Guatemala De La Asunción, Guatemala.
- Portavoz y Subverso. (2012). *Dónde empieza*. [Spotify]. Santiago de Chile, Chile.: Producción independiente.
- Reguillo Cruz, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles*. Estrategias del desencanto. Norma. Buenos Aires.
- Reguillo Cruz, R. (2004). *La performatividad de las*

culturas juveniles. Revista de estudios de juventud, 64, 49-56.

Van Dijk, T. A. (1990). La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información. Paidós Comunicación. Barcelona.

Van Dijk, T. (1999) El análisis crítico del discurso. Anthropolos (Barcelona), 186, septiembre-octubre 1999

Van Dijk, T. (2003) La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso. En Wodak y Meyer . Métodos del análisis crítico del discurso. Barcelona: Gedisa.

Vásquez, Rubén D. (2014). *Análisis de la canción pensamientos de libertad, escrita por jóvenes del centro amigoniano*. Tunja, Colombia.

Wikipedia, *Hip hop*. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Hip_hop

Wos. (2018). Púrpura. [Youtube]. Buenos Aires, Argentina.: Agencia Picante.

imagen de sí” (ethos) que construyen. Para el análisis se considera un corpus de producciones audiovisuales de los youtubers misioneros Jorge y Nacho, en diálogo con una escena englobante mayor, que es el discurso del mundo youtuber más allá de las fronteras locales.

Hacia un ethos youtuber

Cuando se realiza el ejercicio de pensar en los “youtubers”, son muchas más las preguntas que surgen pero de todas ellas interesa especialmente una: ¿existe un modo de ser youtuber? En caso de que exista, ¿cómo es? ¿cómo se construyen a sí mismos? Por tanto será objeto de indagación su imagen, su perfil comunicativo, su *ethos discursivo*, que es construido por ellos en tanto sujetos de enunciación y que se inscribe en una determinada dinámica comunicacional. En el campo del análisis del discurso la trascendencia del concepto de *ethos* es relevante. En tal sentido, los aportes del escritor y profesor francés Dominique Maingueneau constituyeron los principales lineamientos del análisis realizado, dado que alejándose de posturas puramente retóricas, que reconocen al *ethos* (imagen de sí) en términos de mera estrategia o medio de persuasión, propone entenderlo como parte indisociable de la escena de enunciación.

DISCURSOS, SENTIDOS Y REPRESENTACIONES

PARA DIVERTIR, NADA MÁS: UNA APROXIMACIÓN AL ETHOS DE LOS YOUTUBERS MISIONEROS “JORGE Y NACHO”

Dutra, Fátima

FHyCS - UnaM / dutrafatimah@gmail.com

Palabras claves: ethos; discurso; youtuber; relatos; audiovisuales

Introducción

En presente trabajo se propone dar cuenta de una aproximación inicial en torno a “cómo se construyen a sí mismos” los enunciadores del discurso youtuber. Desde un abordaje semiótico- discursivo y comunicacional se busca indagar en las principales características de sus relatos audiovisuales y sus modos de interpelación a los públicos; cómo con y en ellos es posible identificar “la

Exploraciones preliminares del ethos de Jorge y Nacho

Las producciones de Jorge y Nacho participan del mundo ético juvenil del discurso youtuber, escena englobante que las integra y confiere sentido. Sin embargo, Maingueneau concibe a la escena de enunciación en dos escenas más, la genérica, que alude a un contrato ligado a un género; con respecto al discurso youtuber, el que predomina es el género comedia, el humor resulta constitutivo. Finalmente está la escenografía, en las producciones de Jorge y Nacho se trata de la vida cotidiana. La cotidianeidad es la escena por excelencia en la que se desarrollan los relatos de estos youtubers, pues atraviesa tanto las temáticas a las que se refieren así como el espacio físico donde tienen lugar sus realizaciones, por lo general graban en sus propios dormitorios, casas, en las calles del barrio, el patio, etc.

Se aprecia que el baile ocupa un rol principal en la imagen de sí que estos enunciadores construyen. En otros tipos de videos su presencia se mantiene pero de manera secundaria. Se apela al despliegue del cuerpo mediante el baile para la presentación de otro tipo de video característico del canal: “Cocinando con Jorge y Nacho”. En este video los youtubers realizan una secuencia de pasos al ritmo de un *jingle*, un breve tema musical cantado por ellos mismos que consiste en la repetición del título del segmento: “cocinando con Jorge y Nacho”, acompañado de un tono extremadamente

agudo y chillón. El recurso a la hipérbole es frecuente: la voz, el cuerpo, la expresividad exagerada, rasgos típicos del ethos youtuber.

Se evidencia una determinada manera de ser y relacionarse con el mundo que pretende instalar el enunciador por medio de la diversión. Hay un ethos de lo alegre, festivo, gracioso, animado, relajado que participa de un mundo ethico juvenil. Igualmente el vestuario contribuye a configurar dicho mundo ethico juvenil y urbano, a través del uso de musculosas holgadas, bermudas, jeans, gorras, con estampados diversos y colores de todo tipo. Contraponiéndose así con las representaciones colectivas estereotípicas que conforman el mundo ethico adulto, atravesado por mayor seriedad, plagado de responsabilidades, obligaciones, preocupaciones, y vestimenta formal que hace pensar en trajes de etiqueta, o camisas y pantalones de vestir.

Para fortalecer esa relación de cercanía que sugiere la enunciación de los youtubers misioneros la significación del espacio resulta clave. En tal sentido, en los escenarios de los videos el contrato de lectura predominante es que no están filmados en un estudio de grabación (que podría funcionar como marca de distancia simbólica) sino – como se señaló anteriormente- en el ámbito doméstico y urbano, su propia casa y los alrededores. Es decir, ese lugar íntimo donde pasan las *cosas de todos los días*: almorzar, cepillarse los dientes, charlar con la familia, dormir, etc.; el principal indicio es la presencia de determinados muebles: cama, armario, mesa, sillas, heladera. Marcas que participan en la construcción de esa escenografía de la vida cotidiana que constituye la escena de habla que requieren sus producciones audiovisuales para reforzar la imagen de familiaridad que pretenden construir.

Están en funcionamiento aquí las memorias del “video casero” o “video amateur”, en conexión con el mismo origen de YouTube, que originalmente nació como un sitio para albergar contenido de producción propia, siendo los videos hogareños sus máximas estrellas. La plataforma abría la posibilidad de exhibir el espacio íntimo llegando a los hogares de cualquier otra persona. Se trataba de una exposición de lo privado orientado a la mirada exterior, aspecto que hoy en día es constitutivo del discurso youtuber, pero con la diferencia de que el mismo presenta videos caseros espectacularizados y ya en vías de profesionalización. Ante esa exposición espectacular, pareciera que se diluyen los límites entre lo público y lo privado. Sin embargo esto no algo novedoso, ya que los medios de comunicación tradicionales también lo han puesto en práctica, teniendo a la Neo TV como el gran antecedente.

Sin lugar a dudas los enunciadores se sirven de marcas propias de la televisión para construir su discurso, ya que el consejo moral es común al cierre de cada emisión de un clásico programa de la televisión argentina: “Almorzando

con Mirtha Legrand”. La frase de la célebre conductora ya ha quedado asentada en la cultura popular argentina:

“No se peleen, no discutan, porque señores la vida es corta, y vale la pena ser vivida. Recuerden: lo que no se puede llegar a ser. Como te ven te tratan, si te ven mal te maltratan, y si te ven bien te contratan”.

Lo anterior deja entrever que “*no existe nada muerto de manera absoluta; cada sentido tendrá su fiesta de resurrección*” (Bajtín, 1982, p 392-393), de ahí que en el discurso youtuber nada es completamente nuevo, porque se reactualizan memorias televisivas –entre otras- con las que éste establece un diálogo.

Finalmente, la enunciación de Jorge y Nacho pone en marcha una representación de sí mismos que brinda acceso a un mundo ethico juvenil occidental, sin distanciarse del discurso youtuber, que lo envuelve y hace posible. Este universo se opone al estilo de vida del “mundo adulto”, que despliega otro esquema de representaciones estereotípicas: la persona que sólo vive para el trabajo, que todo el tiempo está preocupada, que casi no se divierte, siempre está seria, fría, distante, y posee devoción por las instituciones.

En consecuencia hace surgir un ethos de “la diversión”, y “lo desenfadado”, una manera de ser espontánea que plantea que hay que “dejarse llevar”; así como un ethos de “la cercanía”, que construye un puente con los seguidores a quienes acoge de manera cálida, afectuosa y emotiva, desde un lugar de enunciación de “tú a tú”. No se puede dejar de señalar que esto puede ser retribuido por los destinatarios entre otras formas a través del clic en el botón de “me gusta” de cada video, que entre otras, permite que YouTube haga visibles las producciones de ese canal en su página de inicio. La mediación del mercado regula también el modo de relacionarse entre públicos y youtubers: mayor cantidad de clics, más visibilidad y por ende mayor capacidad de atraer nuevos seguidores y obtener popularidad así como, eventualmente, rédito económico.

Consideraciones finales

En el caso de Jorge y Nacho, su enunciación revela un modo de habitar el mundo, donde la diversión ocupa el centro de la escena. Hay un ethos “de lo divertido” que participa de un mundo ethico juvenil y que propone el humor como esos *lentes* a través de los cuales ver la vida. También hace acto de presencia otro ethos que ha sido denominado ethos de “lo pedagógico”, que presenta una cierta interrupción ya que parece distanciarse del mundo ethico juvenil que los enunciadores pretenden instalar y que sin embargo convive con aquel, no sin tensiones.

Además se reactualizan memorias televisivas con las que se establece un diálogo.

Bibliografía

Bajtin, Mijaíl. *Estética de la creación Verbal. El problema de los Géneros Discursivos*. Siglo XXI editores. Recuperado de: http://www.ceip.edu.uy/IFS/documentos/2015/lengua/bibliografia/bajtin_generosdiscursivos.pdf

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, España, Alianza Editorial.

Flores, J., y Flores, I. [Jorge y Nacho]. (2014, Junio 28). Jorge y Nacho bailando MUEVE EL CUCUTA. . [Archivo de video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=ef_vN9OLgzI

Flores, J., y Flores, I. [Jorge y Nacho]. (2014, Enero 27). Cómo hacer una pizza! [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=m5vqw5qJNMU>

Gómez Pereda, Noemi (2014). *YouTubers: fenómeno de la comunicación y vehículo de transmisión cultural para la construcción de identidad adolescente*. Tesis de maestría. Universidad de Cantabria. España. Recuperado de: <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/4901/GomezPeredaNoemi.pdf?sequence=1>,

Jenkins, Henry. *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Editorial Paidós. Barcelona, 2008. Recuperado de: <https://stbngtrrz.files.wordpress.com/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>

Maingueneau, Dominique (2002) "Problèmes d'ethos", *Pratiques* N° 113/114, pp. 55-67.

Martín Barbero, Jesús. (1998) *De los medios a las mediaciones*. Bogotá, Colombia. Convenio Andrés Bello.

Mata, M. C. (2012). *Comunicación/Educación*. Textos de la Cátedra de Comunicación y Educación. Argentina. Recuperado de: <http://comeduc.blogspot.com.ar/2012/09/marita-mata-nociones-para-pensar-la.html>

Sabich, M., A., y Steinberg, L. (2017). Discursividad youtuber: afecto, narrativas y estrategias de socialización en comunidades de Internet. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 8(2), 171-188. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.2.12>

Sibilia., P. (2008). "O show do eu: A intimidade como espetáculo". Brasil: epublibre.

Valls Osorio, Gádor (2015). *Análisis de la figura de los principales youtubers españoles de éxito*. Tesis de grado. Universidad Politécnica de Valencia. España. Recuperado

de: <https://riunet.upv.es>

Van Dijck., J. (2016). "La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales". Buenos Aires. Siglo XXI editores.

Viana, I. (2016). "YouTube para principiantes. Qué es y cómo trabajar con el medio de comunicación del nuevo milenio". España: Dolmen Editorial.

Vitale, M., A., y Maizels A., L. (2011). El discurso electoral de Cristina Fernández de Kirchner (2007). Un caso de ethos híbrido no convergente. *SciELO The Scientific Electronic Library Online*, 100(2), 337-361. doi: 10.1590/S1518-76322011000200007

EL INVOLUCRAMIENTO DE JÓVENES CIUDADANOS EN POLÍTICA: INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD EN LA COMUNICACIÓN. CASO A ANALIZAR: CIUDAD FUTURA

Espídola, José

FCC - UNC / jmeconsultor@gmail.com

Gutiérrez, Agustín

FCC - UNC / gutierrezagustin205@gmail.com

Palabras claves: participación ciudadana; discurso; sociedad red; espacio público; comunicación

Actualmente, estamos ante la aparición de nuevos espacios de ciudadanos. Los cuales no presentan los rasgos de los partidos políticos tradicionales, utilizan la innovación y la creatividad como características sobresalientes para la comunicación de sus ideas y actividades.

Para ejemplificar de la forma más clara posible este fenómeno, abordaremos el caso de Ciudad Futura. Espacio político que surge en la ciudad de Rosario en el año 2015 teniendo su primera incursión electoral en ese año obteniendo 3 bancas de concejales.

A partir de este ejemplo profundizaremos en el análisis de las intervenciones realizadas en el espacio público a

través de acciones novedosas, sumado el uso innovador de las redes sociales e internet.

El discurso se dirige a un ciudadano promedio, al que se lo interpela para participar con el fin de contribuir a un bien común. El espacio público de la ciudad es importante, porque constituye el escenario donde se ejecutan las acciones y se convoca a la gente. Siendo atractivo particularmente para los jóvenes.

Clarifica bien esta situación el eslogan *gente distinta un futuro diferente*. La idea de “futuro” evoca a una situación a la que se quiere llegar, partiendo de un presente al que se debe cambiar. Apela la necesidad de sumarse para modificar la situación como ciudadano. A su vez, se construyen lazos solidarios entre las personas que participan en tales acciones.

Tal como dice Castells en *Redes de indignación y esperanza: compartiendo dolor y esperanza en el espacio público de la red, conectándose entre sí e imaginando proyectos de distintos orígenes [...]* de modo que la gente comienza a gestar nuevas formas de participación.

Se rescatará de este autor el concepto de Sociedad Red y el análisis de los procesos de surgimiento de los movimientos sociales. Aunque pondremos en tensión con la tesis de Castells que afirma que estos movimientos tienden a desaparecer.

Analizaremos las distintas redes sociales de Ciudad Futura y el discurso con el que interpela a los ciudadanos. La imagen que brinda de sí mismo este espacio y las estrategias para generar convocatoria y adhesión por parte de las personas.

Las formas de participación ciudadana ya no son las tradicionales aunque sigue latente el deseo de cambiar un estado de situaciones consideradas injustas. Aquí la innovación en comunicación cumple un rol fundamental.

Bibliografía

Castells Manuel, *Redes de indignación y esperanza*, 2012, 294 páginas

EL NOROESTE CORDOBÉS COMO SIGNO EN DOS MOMENTOS HISTÓRICOS

Flores, Milagros Ayelén

FCC - UNC / flores.milagrosayelen@gmail.com

Giordano Mazieres, Pedro

FCC - UNC / pedrogiordanom@gmail.com

Quevedo, Cecilia

CIECS - UNC y CONICET/ quevedoceci@gmail.com

Palabras claves: discurso; Estado; turismo; espacios culturales; urbanización

Desarrollo del problema

La ponencia analiza las construcciones discursivas sobre el Noroeste cordobés en dos momentos históricos: los años 1999 y 2019. Forma parte de las reflexiones suscitadas en el proyecto de investigación denominado ‘Urbanizaciones turísticas’ en la provincia de Córdoba en la última década: trama y conflictos socio-urbanos en contexto de patrimonialización y turistificación. En ese espacio, se reconstruyen las dinámicas vinculadas al turismo en tres regiones del interior provincial y, en nuestro caso, focalizamos en la delimitación analítica del “noroeste”. Como primera aproximación desde una instancia exploratoria, en este trabajo presentamos algunos resultados preliminares en cuanto al análisis del corpus discursivo definiendo una caracterización de actores, territorios y problemáticas. En ese marco, proponemos comprender la producción del “noroeste” como signo en el discurso mediático a partir de tres dimensiones relacionales: a) discursividad política; b) discursividad sanitaria; c) discursividad turística.

Como hipótesis de trabajo planteamos que el signo “Noroeste cordobés” se inserta en tematizaciones dominantes que son regulares en los dos momentos históricos. En un primer momento (1999), el significante se vincula a las escuelas rurales (que el radicalismo había cerrado) y al problema sanitario en general (reestructurar la salud pública en el auge del neoliberalismo). En el segundo momento (2019), el significante vuelve a las escuelas rurales pero como conectividad en el marco de erradicación de escuelas sin energía y se enfatiza la problemática sanitaria en el marco del Mal de Chagas

como principal característica sobre la que se describe la región. Aquí nos ocuparemos solamente de algunas consideraciones sobre el primer período relevado.

Antecedentes. Una lectura socio-semiótica sobre un espacio cultural

Como marco teórico nos centraremos en una lectura socio-semiótica basada en la comprensión materialista de la significación social. Considerarlo como un signo nos permite identificar una particular evaluación social, entendido como el proceso que “establece por todas partes un vínculo orgánico entre la presencia singular del enunciado y la generalidad de su sentido” (Medvédev y Bajtin, 199:10). La inserción del enunciado *Noroeste* en diferentes contextos nos permite, por un lado, estudiar de qué forma este signo sirve como una puerta para pensar el tejido social circundante y las principales características relacionadas con su dimensión política, sanitaria y turística. Por otro, nos posibilita abordar desde lo discursivo la propuesta teórica de Raymond Williams (2009 y 2001) pensando la construcción simbólica de esa ruralidad como espacio cultural e hipótesis de larga duración en la hegemonía provincial.

En este horizonte conceptual, el significado es una acción social dependiente de una relación social, y su recuperación plena depende del sentido pleno de lo social (Williams, 2009). Por tanto, nos proponemos estudiar esa inserción del enunciado *Noroeste* en su contexto discursivo. En este sentido, el plano mediático se nos presenta, por un lado, como un tipo de memoria colectiva (Verón, 1987) que legitima las intervenciones y planificaciones urbanas. Por otro, los consideramos como actores ideológicos particulares que, en el sistema capitalista contemporáneo y en sociedades mediatizadas como las nuestras, cumplen la función de transmitir mercancías (Silva, 2009). En las sociedades capitalistas actuales consideramos, por un lado, las construcciones y las intervenciones urbanas como mecanismos para visibilizar el poder y ejercer un orden político hegemónico. Además, en línea con Williams (2001) advertimos la reproducción a escala planetaria de la urbanización de los espacios rurales. En efecto, la producción material en el *Noroeste cordobés* se cristaliza en los actuales proyectos de desarrollo rural, basados con modelos urbanísticos para centros urbanos, relacionados con el turismo y con el discurso sanitario. Esta convergencia, nos permite explorar en las materialidades sígnicas de qué manera el Estado legitima ciertas intervenciones estatales, en algunas ocasiones asociadas al sector privado.

Retomamos algunos aportes de Williams, para quien “la complejidad de este proceso es notable en las sociedades capitalistas avanzadas, donde está totalmente fuera de lugar aislar la producción, y la industria de la producción

material de la defensa, la ley y el orden, el bienestar social, el entretenimiento y la opinión pública” (Williams, 2009: p. 123). Esto nos invita a pensar sobre la complejidad del turismo en torno a su política del disfrute de los espacios y los tiempos que actualmente tienden a incorporación zonas no tradicionales. También, Williams (2009) recupera la idea de Voloshinov sobre la incorporación de la vertiente marxista en los estudios sobre literatura y discursos. Voloshinov sostenía que el significado era necesariamente una acción social dependiente de una relación social y su recuperación plena dependía de la recuperación del sentido pleno de lo social. Es decir, evocar al *noroeste* en el contexto 1999 y en la actualidad hace recuperar otras dimensiones, de acuerdo a la potencialidad de su enunciación y al estado discursivo en el cual se inscribe en cada caso.

Resultados. El noroeste como signo y lugar de intervenciones

Como marco metodológico, nos centramos en la construcción de un corpus¹⁰⁰ compuesto por discursos mediáticos (*La Voz del Interior* y ...), discursos políticos y discursos publicitarios en los momentos de las gobernaciones de De La Sota (1999) y Schiaretti (2019). El análisis del corpus denota el proceso de construcción provincial del turismo en los últimos veinte años. Si bien, en un primer momento, el turismo no está directamente asociado a la región del *Noroeste*, sí evidencia algunas significaciones del devenir como política pública central de los gobiernos provinciales subsiguientes.

Estos géneros discursivos funcionan con lógicas y reglas propias que constituyen un conjunto de continuidades enunciativas. Teniendo en cuenta estos tres tipos de géneros discursivos, los diferentes enunciados sobre el *Noroeste cordobés* nos sirvieron para poder construir la relación de interpretación de universos significantes remitidos a colectivos semióticos distanciados espacio-temporalmente, pero materializados en un signo común. Para ello, se llevó a cabo un análisis de discurso que buscó identificar “dominancias discursivas” (Angenot, 1989), a fin de describir qué particularidades se construyen en relación al enunciado *Noroeste cordobés* en ambos momentos.

En cuanto al análisis del corpus construido, pudimos identificar ciertas construcciones del *Noroeste* como una zona en constante conflicto con el gobierno provincial y, a su vez, como principal tema de agenda de este último. En el primer caso, emergen noticias sobre los reclamos de las comunidades educativas del *Noroeste* con respecto

100 Un corpus es una construcción socio-semiótica compuesta por textos (Bajtin, 2008) producidos en situaciones reales de intercambios discursivos que tengan un objeto/tema definido.

a la “nuclearización” escolar, donde exigían a las nuevas autoridades la inmediata reapertura de las escuelas primarias. La nuclearización implicó, durante la gestión de gobierno de Mestre (padre), el cierre de numerosas escuelas rurales para lograr “concentración en centros de mayor dimensión, con mejor infraestructura, adecuando equipamiento y más docentes” (LVI, 24/07/1999). Esto convertía al Noroeste en el objeto de atención durante la transición de mando de la gestión de Mestre y la de De la Sota, donde la nueva gestión insistía en diferenciarse de la anterior tomando medidas específicas en ese territorio.

La situación sanitaria era conflictiva en 1999. En este caso la zona Noroeste estaba envuelta por los centros de atención primaria y la necesidad de re-equiparlos. “Mi utopía es que alguna vez alguien recuerde que, como funcionarios, supimos comportarnos como hermanos frente al dolor de nuestros semejantes. (...) El mensaje [del entonces ministro de salud Héctor Villafañe] se leyó como inequívocamente orientado a marcar diferencias con la anterior gestión en el área, la más sembrada de conflictos en los últimos meses” (LVI, 17/07/1999). Ese extracto describe en parte los discursos circulantes en ese momento sobre la cuestión sanitaria. Además, el mal de Chagas se presenta siempre ligado a los contextos de marginalidad y viviendas precarias, características de esta zona. De esta forma, algunas notas de La Voz insistían en generar conciencia en los habitantes a través de los centros de salud para reconocer la enfermedad pero también para toma conciencia sobre los contagios, que ya superaban los límites de Latinoamérica.

Por otra parte, la cuestión turística se presentaba como tema principal en la agenda de la nueva gestión provincial, cuestión que se concretó con la apertura de la Agencia Córdoba Turismo. El *Noroeste* no quedaba afuera y se presentaba semana a semana la cartilla de actividades al aire libre y del tipo aventureras que ofrecía toda la zona. “José Manuel De la Sota, aseguró ayer que ‘el turismo ocupa para el gobierno un lugar relevante y prioritario’, al tiempo que ubicó a esta actividad como un motor para la dinamización de otros sectores de la economía.” (LVI, 23/07/1999). A través de estas notas se daba a entender que el turismo se constituía como una posibilidad de autosustentación que tenía el Noroeste y, por tanto, era una pieza esencial para la reactivación de esa área.

Bibliografía

- Angenot, M. (1999) *Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias*. Córdoba: Editorial UNC.
- Bajtín, M. (1982) *Estética de la creación verbal*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.
- Bajtín, M., Medvédev, P. (1993) *La evaluación social, su papel, el enunciado concreto y la construcción poética*.

Criterios, La Habana, edición especial de homenaje a Bajtín.

Silva, L. (2009) *Anti-Manual para uso de marxistas, marxólogos y marxianos*. Venezuela: Monte Ávila Editores Latinoamericana.

Verón, E. (1987) *La construcción del acontecimiento*. España: Gedisa Editorial.

Williams, R. (2009) *Marxismo y Literatura*. Buenos Aires: Editorial Las cuarenta.

Williams, R. (2000) *El campo y la ciudad*. Madrid: Paidós Iberoamérica.

Fuentes

Ejemplares de La Voz del Interior: julio, agosto y septiembre de 1999.

FRAGMENTOS Y MATICES PARA UN RECONSTRUCCIÓN DE LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN EN ARGENTINA¹⁰¹

Gasquez, M. Gabriela

FCH-UNSL / ggasquez@unsl.edu.ar

Palabras claves: comunicación; producción cultural; campo académico; concepciones; Argentina

El presente trabajo está orientado por un lado, a *reconstruir* los Estudios de Comunicación en Argentina (ECA) desde los artículos que componen la sección central de la Revista N°1 (FADECCOS) y por otro lado, a *interrogar e interpretar* dicha reconstrucción a partir del tópico de la producción cultural.

101 El presente trabajo se inscribe en el Proyecto de Investigación (PROICO N° 04-0218. FCH. UNSL). Estudios de comunicación en Argentina. Trayectos y abordajes en torno a la producción cultural. Dir. M. G. Gasquez

A partir de esta doble orientación (de reconstrucción y de interrogación/interpretación) se pretende visibilizar y situar concepciones y posibles líneas de abordaje en torno a la producción cultural desde un punto de vista comunicacional. Dicho de otra manera, interesa pensar cuáles son los alcances, límites e implicancias de la reflexión sobre la producción cultural si esta se interroga desde un punto de vista comunicacional.

En cuanto al recorte realizado, cabe destacar que la Revista N° 1 de la Federación Argentina de Carreras de Comunicación (FADECCOS) publicada en el año 2006 aborda, en la Sección Central, el tema de la “Memoria e Identidad de los estudios de comunicación en Argentina”. En dicha sección se reúnen escritos de pensadores e investigadores que han sido invitados, especialmente, para la primera publicación de la Federación. Los trabajos pertenecen a Pablo Alabarces, Mirta Varela, María Cristina Mata, Alicia Entel, Sergio Caletti y Héctor Schmucler.

Investigadores, profesores y pensadores cuya trayectoria es reconocida en el campo académico de la comunicación. Reconocimiento cuyo argumento se establece aquí por un lado, a partir de la labor académica que han realizado como profesores y por otro lado, tomando en cuenta la “producción editorial de importancia referida a algunos de los tópicos que dan sentido a la memoria del campo de los estudios de comunicación en el país” (Grillo, 2006, p.9).

Así, nos encontramos ante escritos que recorren problemáticas, debates, concepciones comunicacionales y corrientes de pensamiento que configuran el campo; configuración que muestra sus matices desde la orientación y memoria que cada uno de los autores construye. De modo tal que los temas de investigación, las experiencias, discusiones e ideas expuestas permiten comprender tanto la dinámica de funcionamiento del campo: sus recurrencias, orientaciones, recortes y tensiones cuanto los procesos histórico-políticos y culturales que coadyuvaron a tramarlo.

Para llevar adelante esta propuesta de trabajo nos detenemos, en una primera instancia, en la lectura y análisis de los seis escritos que integran la sección central de la revista y nos abocamos a la revisión de los ejes y problemas que cada autor anota.

Así, el trabajo de Pablo Alabarces nos permite reconstruir los ECA desde su interés por la cultura popular. Inquietud que lo lleva a situar a los estudios sobre cultura popular en Argentina en vinculación con los Estudios Culturales británicos. Sin embargo, el destino de los mismos estará atravesado en nuestro país por la dictadura de 1976, hecho que, siguiendo a Alabarces, confinará esta propuesta al silencio.

Por su parte, Mirta Varela aporta elementos para pensar nuestra reconstrucción desde la relación que establece

entre televisión e intelectuales y cuya relación la lleva a considerar que la consolidación de la televisión en Argentina es contemporánea y se entrelaza con la conformación de un campo de estudios en comunicación y cultura, es decir que: “En la Argentina el capítulo de la historia intelectual nos lleva al momento de emergencia de los estudios dedicados a los medios de comunicación” (2006, p.43).

María Cristina Mata aborda el tema de la memoria e identidad de los estudios de comunicación desde el eje de la investigación, la elección de ciertos objetos de estudio y los mecanismos de los procesos de investigación que configuran la práctica investigativa tanto a nivel político como social y que en el ámbito académico evidencia una institucionalización investigativa débil, entre otros aspectos, por la ausencia de visibilidad. Desde allí sostiene que el problema de la investigación está dado por la “pobreza de la reflexión sobre el contexto institucional de la producción científica en el campo de la comunicación” (Fuentes Navarro y Vasallo citados por Mata, 2006, p.59). Aspecto que trabaja desde una doble dimensión: una, la que se vincula a la ausencia de reflexión sobre los mecanismos y los procesos institucionales dentro de los proyectos de investigación y otra, vinculada a la escasa incidencia práctica de las investigaciones en comunicación. Dimensiones que, para la autora, están en la base de lo que ocurre en investigación en comunicación en Argentina.

Alicia Entel parte de considerar que los estudios de Comunicación en América Latina han tenido “carácter predictivo y asumieron con fuerza el papel estratégico que de hecho poseen las comunicaciones masivas en las interacciones políticas y sociales del capitalismo tardío” (2006, p.67). Desde esta consideración y teniendo además en cuenta “la compartimentación disciplinar” propia de la comunicación que la sitúa en vinculación con variadas perspectivas y áreas, la autora se detiene en diferentes momentos y particularidades que las carreras adoptan, a la vez que contribuye a reconocer saberes y sentidos en torno a la comunicación.

La propuesta de Sergio Caletti está orientada a problematizar la formación en comunicación y el ejercicio profesional. Allí destaca que el análisis de los planes de las carreras ha permanecido en el campo disciplinar como parte de su discusión, situación que lo constituye en un tema sostenido de la agenda académica.

Finalmente, el trabajo de reconstrucción de la memoria que lleva a cabo Héctor Schmucler reúne experiencias, ideas y proyectos que enlaza con las circunstancias y problemáticas de cada una de las épocas aludidas. No se trata, como en alguno de los casos precedentes, de una mirada que jerarquice un objeto o tema, sino de una construcción que “compromete de manera más o menos manifiesta la biografía de quien recuerda” (2006, p.87).

Destacamos de esta propuesta la imposibilidad de afirmar y establecer, para el campo de la comunicación, una identidad.

Luego de este recorrido es posible sostener que cada uno de los artículos aporta elementos para la reconstrucción de los ECA que, desde la jerarquización de un aspecto o problemática, contribuyen a demarcar y caracterizar las tendencias y dinámicas propias del área de la comunicación. Si bien, en los escritos, existen elementos comunes (medios, televisión, discursos, textos, prácticas), así como procesos (conformación, institucionalización, reconocimiento, legitimación, fragmentación, transformación) y dimensiones o ámbitos (académico, cultural, mediático) compartidos los modos en que se propone la vinculación y/o la diferenciación entre las dimensiones y aspectos encuentra sus matices.

En una segunda instancia y a partir de un recorte de lectura que operamos en los textos recuperamos fragmentos de discursos que condensan aspectos que aluden a la producción cultural. Para ello acudimos a la propuesta de Roland Barthes en torno al fragmento en tanto permite pensar, en un mismo movimiento, diversos aspectos relativos a: el método (“sostener” sin imponer) y a su potencialidad como lógica de pensamiento, lectura y escritura, en tanto posibilita lo discontinuo, rehúye a la totalización e impide el sentido único.

En síntesis, trabajamos con fragmentos de los diferentes artículos, recortes que operamos en la instancia de lectura y que nos llevan a realizar distintos recorridos en vinculación con el tema delimitado.

Bibliografía

AA.VV (2006). *Revista Argentina de Comunicación* (1), Identidad y memoria en los Estudios de Comunicación en Argentina. FADECCOS. Buenos Aires: Prometeo.

Barthes, R. (2002). *Fragmentos de un discurso amoroso*. México: Siglo XXI

(2005). *El grano de la voz. Entrevistas 1962-1980*. Buenos Aires: Siglo XXI.

(2011). *El discurso amoroso*. Madrid: Paidós.

DOCUMENTALES TDA: IDENTIDADES Y TERRITORIALIDADES EN LA ESCENA AUDIOVISUAL CONTEMPORÁNEA¹⁰²

Grzincich, Claudia Guadalupe
FCC -UNC /grzincich@gmail.com

Palabras claves: discurso; documental; identidad; marginalidad; TDA

Introducción

Este trabajo forma parte de una investigación mayor y encuentra su origen en la proliferación de contenidos audiovisuales de no ficción generados para la Televisión Digital Abierta (TDA) a partir de la creación en el año 2009 del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T). Se extiende durante los cinco años posteriores hasta el 2015, momento en que finaliza el segundo mandato de Cristina Fernández de Kirchner y culmina el ciclo de esta política pública.

En este contexto, se destaca que si bien la intervención del Estado¹⁰³ argentino en materia de políticas públicas de comunicación en general, y en políticas del ámbito audiovisual en particular, es de larga data y con diversas intensidades gubernamentales, a partir del año 2009 éstas alcanzan su impulso más alto con la normativización de la Televisión Digital y la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Baranchuck, 2010; Becerra, 2015). Dos hitos que ubicarían a la producción audiovisual en un lugar estratégico para la puesta en escena de distintas problemáticas sociales, políticas e históricas en dicha coyuntura. Así, dos meses antes de la aprobación de la LSCA -el 31 de agosto de 2009- el gobierno nacional refrenda una norma que puede ser considerada como la piedra fundacional de este proceso. Se trata del debut del Decreto N° 1148/2009¹⁰⁴, a partir

102 El presente trabajo forma parte del proyecto de investigación “En los márgenes: sujetos, discursos y políticas de vida en la contemporaneidad” (FCS-CEA-UNC). Su ejecución durante el período 2018-2021 es financiada por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba (SECyT-UNC).

103 La intervención del Estado mediante políticas públicas de comunicación en la promoción de contenidos audiovisuales mediante subsidios no es nueva. Según Clara Kriger (2009), durante el primer peronismo se llevó a cabo una intensa política gubernamental en este mismo sentido.

104 Entre los objetivos centrales de la SATVD-T, Sistema

del cual se inicia el camino hacia la digitalización de la televisión (abierta y gratuita) mediante la creación del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T) para la transmisión y recepción de señales digitales terrestres¹⁰⁵.

En este escenario, desde el Estado argentino se implementaron un conjunto de políticas públicas que incluyeron una serie de acciones, programas, planes, proyectos y diversos lineamientos que pueden observarse a partir de tres grandes aspectos: regulación (sanción de un conjunto de leyes y decretos), desarrollo de tecnología e infraestructura (expansión de la cobertura, instalación de torres transmisoras y repetidoras, entrega de conversores-receptores) e impulso a la creación de contenidos (mediante financiamiento y fomento a la producción de audiovisuales a distribuir en las nuevas plataformas). Esta última anida en el Plan Operativo de Promoción y Fomento de Contenidos Audiovisuales Digitales (POPFCAD)¹⁰⁶, siendo una de sus acciones más destacadas los Concursos Nacionales¹⁰⁷ para el desarrollo de proyectos audiovisuales. Frente a largos años de concentración geográfica de la producción de contenidos audiovisuales en Buenos Aires y en gran medida de centralización simbólica, los concursos implementados tuvieron carácter federal y fueron promovidos a partir de la subdivisión del país en seis regiones -Centro Metropolitano, Noroeste Argentino (NOA), Noreste Argentino (NEA), Nuevo Cuyo, Centro Norte y Patagonia-. Esta organización posibilitó no sólo la emergencia de realizaciones por fuera del circuito porteño sino también la de otras visiones de mundo y voces devenidas en relatos con señas particularmente

Argentino de Televisión Digital Terrestre, se encuentra el de “promover la inclusión social, la diversidad cultural y el idioma del país a través del acceso a la tecnología digital, así como la democratización de la información” (Decreto N° 1148/2009).

105 En este período, distintos Estados latinoamericanos recuperaron la iniciativa, redefinieron su rol y plantearon iniciativas gubernamentales y legislativas relativas a una nueva regulación de los medios masivos, las telecomunicaciones y al fomento de la realización audiovisual tanto de las ficciones como de los documentales a través de políticas públicas activas como son la apertura de nuevos canales estatales y las líneas de fomento y subvención a la realización y difusión a través de los institutos nacionales de cinematografía.

106 El Plan Operativo de Promoción y Fomento de Contenidos Audiovisuales Digitales (POPFCAD) es llevado a cabo por el Estado Argentino, a través del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales en conjunto con el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios a través del Consejo Asesor del Sistema Argentino de Televisión Digital, fomenta la producción de estos nuevos contenidos.

107 Con respecto al tipo de producción y financiamiento, se subsidiaron tanto producciones audiovisuales documentales y ficcionales como animaciones a partir del formato de Serie (de entre 4 y 8 capítulos) y Unitarios cuyas duraciones van de los 26 a los 48 minutos.

distintas a las producidas masivamente hasta ese momento.

Dada la vastedad de las mismas, la atención de este estudio recae en un objeto específico: las producciones audiovisuales de carácter documental realizadas en el marco de la convocatoria anual denominada “Nosotros”.

Mirada teórica y puntos de partida

A tal efecto, asumimos como punto de partida una mirada particular de los textos audiovisuales documentales inspirada en la perspectiva sociosemiótica que los concibe como materialidades discursivas investidas de sentido y como discursos sociales que migran de una materialidad a otra, de un circuito de producción de sentido a otro (Verón, 1987). Esta tradición permite así indagarlos en tanto “sistemas de relaciones que todo producto signifiante mantiene con sus condiciones de producción, por una parte, y con sus efectos por otra” (Verón, 1987). Es decir, en tanto objetos culturales que operan como espacios de fijación de los procesos materiales de significación que permiten pensar y describir la disputa simbólica por la imposición de sentidos (políticos e identitarios) a partir del diálogo que establecen con ejes centrales de distintas políticas gubernamentales implementadas (o bien profundizadas y tomadas como estandarte político) durante el último mandato presidencial de Cristina Fernández de Kirchner. Políticas que fundamentalmente giraron en torno a la recuperación de valores, ideas y luchas llevadas adelante por sectores de la sociedad que no siempre lograron visibilidad y relevancia en la escena pública. Entre ellos, podemos mencionar a aquellos vinculados a la reivindicación de los derechos humanos y la memoria sobre los años '70; los que batallan por el reconocimiento de la interculturalidad y los derechos de los pueblos originarios como así también a los que luchan por sus espacios y tierras, entre otros.

En esta línea, a partir de los indicios, las huellas y la organización de las significaciones que las articulan, se busca explorar los rasgos identitarios y documentales puestos en escena por producciones documentales realizadas en el Noroeste Argentino (NOA) entre los años 2010 y 2012. Para ello se recupera el pensamiento de Stuart Hall al proponer que “precisamente porque las identidades se construyen dentro del discurso y no fuera de él, debemos considerarlas producidas en ámbitos históricos e institucionales específicos, en el interior de formaciones y prácticas discursivas específicas, mediante estrategias enunciativas específicas” (Hall, 2003: 18).

Los unitarios documentales a indagar centran sus miradas en problemáticas vinculadas tanto a la territorialidad y sus márgenes como a las fronteras internas y externas que van delineando márgenes e identidades. De modo tal

que, la fisonomía, los gestos, el lenguaje como así también las imágenes de los paisajes, los espacios y los lugares se vuelven esenciales para expresar la textura del contexto local (Getino, 1995).

Bibliografía

Bajtín, M. (1982) Estética de la Creación Verbal. Buenos Aires: SXXI.

Baranchuck, M. (2010) “Una historia de la aprobación de la ley 26.522 de SCA (o el largo camino hacia la democratización de las comunicaciones)”. AFSCA: Ley 26.522 de SCA. Historia, antecedentes europeos y principales artículos. Buenos Aires: AFSCA.

Becerra, M., García Castillejo, A., Santamaría, O.; Arroyo, L. (2012) Cajas Mágicas.

El renacimiento de la televisión pública de América Latina. Madrid: Tecnos.

Beceyro, R. (2007) “El documental. Algunas cuestiones sobre el género cinematográfico”. En Imágenes de lo Real. La representación de lo político en el documental argentino. Buenos Aires: Librería.

Dalmaso, M.T y Boria, A (1999) El Discurso Social Argentino. Vol.I, II y III. (Comps.) Córdoba: Topografía.

Grimson, A. (2000) (comp.) “Introducción ¿Fronteras políticas vs. fronteras culturales?”. En Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro. Buenos Aires: CICCUS-La Crujía.

Hall, S. (2003). “Introducción: ¿Quién necesita ‘identidad’?”, en Hall, S. y Du Gay, P. (comps.), Cuestiones de identidad cultural. Buenos Aires: Amorrortu.

Kruger, C. (2009) Cine y Peronismo. El estado en escena. Buenos Aires: Siglo XXI.

Nichols, B. (1997) La representación de la realidad. Cuestiones y conceptos sobre el documental. Buenos Aires: Paidós.

Verón, E. (1987). La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (2005). Fragmentos de un tejido. Barcelona: Gedisa.

Fuentes consultadas

Anuarios de la Industria del Cine y la Televisión Digital. Producidos por la Gerencia de Fiscalización del INCAA, Buenos Aires. INCAA-TDA (2010-2011-2012-2013-2014) Consultado el 10 de julio de 2017 en: www.incaa.gov.ar

gov.ar

Decreto 1148/2009. Consultado el 15 de julio de 2018 en Infoleg:

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/157212/norma.htm>

Ley N° 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Consultado el 15 de julio de 2018 en Infoleg:

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=158649>

CONSTRUCCIONES DISCURSIVAS SOBRE ADOLESCENTES EN DEFENSA DE LA IVE (INTERRUPCIÓN VOLUNTARIA DEL EMBARAZO)

Hoffmann, María Laura

FCS - UNICEN / observatorioinfanciasfacso@gmail.com

Casamayou, María Laura

FCS - UNICEN / aucamayou@gmail.com

Nuby Fernandez

FCS - UNICEN / nubi.fernandez@gmail.com

Prieto, Aldana

FCS - UNICEN /aldanaprieto22@gmail.com

Petreigne, Trinidad

FCS - UNICEN /tripetreigne@gmail.com

Palabras claves: análisis crítico del discurso; medios de comunicación; interrupción legal del embarazo; adolescentes; derechos

Introducción

La presente investigación parte del trabajo que desarrolla el Observatorio de la Niñez y Adolescencia de la Facultad de Cs. Sociales de la UNICEN. Entre otras actividades, éste monitorea diarios locales, regionales y nacionales

produciendo datos y estadísticas sobre el tratamiento que éstos hacen de la niñez y adolescencia.

Durante el 2018, el colectivo feminista interpeló a la sociedad toda en su lucha por la Interrupción Voluntaria del Embarazo¹⁰⁸, pero sobre todos a los y las¹⁰⁹ jóvenes. En ese momento la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito logró que el proyecto de Ley presentado alcanzara media sanción en la Cámara de Diputados, para luego quedar sin posibilidades de convertirse en ley en su paso por el Senado. En cada marcha de apoyo a la IVE, con su pañuelo verde, las adolescentes colmaron las plazas de las ciudades del interior y de la capital. También lo hicieron durante la vigilia de las jornadas legislativas de decisión frente al Congreso. Desde el mes de Marzo de 2018 hasta el debate en el Senado durante el mes de Agosto, los medios se hicieron eco del debate y las más chicas tomaron la voz para exigir el derecho a la IVE.

En este contexto, nos proponemos analizar las construcciones discursivas que construyeron los medios audiovisuales sobre las jóvenes. En particular nos interesa indagar el espacio que se les otorgó, en este escenario, a las adolescentes entre 15 y 18 años.

Como objetivos específicos el trabajo se propone:

- Identificar las fuentes legitimadas para el tratamiento periodístico del tema
- Analizar las estrategias discursivas que utilizan los medios para construir las representaciones dominantes sobre las adolescentes
- Observar el rol que cumple la utilización del lenguaje inclusivo en estas representaciones

El corpus de análisis toma tres piezas audiovisuales, correspondientes a noticieros de canales de aire. A los fines de este resumen ampliado, y como avance de investigación, se analiza un fragmento del programa “El Noticiero de A 24”, conducido por Eduardo Feinmann en el canal América 24, que se emite de lunes a viernes de 19 a 21 hs.

Setomacomohorizontedeanálisiselmarcode los Derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes¹¹⁰ consagrados en nuestro país a través de normativas internacionales, nacionales y provinciales. Específicamente, en este caso

108 De ahora en adelante IVE

109 Las autoras de este trabajo adhieren a la utilización del lenguaje inclusivo. Sin embargo, a los fines de una lectura más fluida y dado que la academia, en general, aún no ha aprobado su uso formalmente, nos remitiremos a distinguir sólo de manera binaria los/las.

110 En adelante N,NyA

los derechos relativos a la comunicación y la opinión, que hacen a la ciudadanía política de los N,NyA.

Antecedentes

Dada la novedad de la temática, en relación a un contexto muy cercano en el tiempo, no se hallan antecedentes de análisis discursivos en relación al objeto específicamente planteado. No obstante, son muchas las contribuciones del campo de la Comunicación y las Juventudes, respecto de las construcciones discursivas sobre los N,NyA a partir del análisis mediático.

Los estudios sobre el tema dan cuenta de agendas mediáticas adultocéntricas y demasiado sesgadas. Bajo esta mirada se esconden relaciones generacionales asimétricas, donde el derecho de los niños y niñas a elegir y el respeto por la propia subjetividad quedan desdibujados.

En general los N,Ny A no son tenidos en cuenta como fuentes legitimadas sobre los temas que les conciernen, y las temáticas que los ubican en el primer plano de las tapas de los diarios los vinculan con diferentes formas de violencias.

El Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, ha sido uno de los espacios pioneros en visualizar y estudiar esta problemática. Entre sus objetivos se plantea “mirar a los jóvenes (reflexionar sobre sus prácticas y promover líneas de acción que tiendan a potenciar y mejorar su calidad de vida) a través de los medios”. Dentro de este espacio, el Área de Configuraciones Mediáticas sobre Juventudes trabaja en el monitoreo de medios gráficos nacionales, a fin de rastrear e identificar lógicas de construcción de narrativas mediáticas sobre juventudes.

En su informe anual del año 2012, el Observatorio sostiene que el abordaje mediático de lo juvenil se hace a partir de “agendas del deterioro”. Estas, privilegian la visibilidad de cierto tipo de información que configura un tipo de juventud y “estigmatizan las prácticas y los discursos juveniles, negando su complejidad e invisibilizando el ejercicio de su ciudadanía” (p. 25).

En la misma línea, Cielo Salviolo (2013) ha generado aportes relevantes en la temática. Para la autora, los medios masivos de comunicación son importantes agentes de socialización, creadores de temas de agenda pública y conformadores de opinión y visiones sobre el mundo. Según Salviolo en los medios de comunicación, suelen habitar cuatro tipos de representaciones hegemónicas: el “niño/a como proyecto”, el “niño/a consumidor”, “la mirada compasiva” y su contracara del “control social.

La primera construcción “la niñez y adolescencia como

proyecto”, es interpelada por la noción de ciudadanía infantil, en tanto los N,NyA son sujetos con derecho a formarse un juicio propio, a expresarse en asuntos que les atañen y a opinar. Si bien la Convención de los Derechos de los Niños ha sido muy efectiva en la expansión de la idea del niño como sujeto de derechos, los mismos, generalmente, son reconocidos en la teoría pero se desconocen en su ejercicio.

También Rosana Reguillo Cruz (2000) ha realizado importantes contribuciones sobre el modo en el que los y las jóvenes son construidos y representados en el espacio público. La autora propone la necesidad de un “desmontaje crítico” de los dispositivos discursivos que naturalizan la exclusión y niegan la palabra a jóvenes, mujeres e indígenas. Figuras sociales que, para ella, condensan hoy los principales desequilibrios sociales de América Latina, pero también la esperanza de alteridad que puede poner “contrapesos a los proyectos modernizadores de la región”, centrados en lo “masculino, lo blanco-criollo y lo adulto”.

Metodología

Desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso (ACD), se propone un “desmontaje crítico” de los dispositivos discursivos que naturalizan la exclusión y niegan la palabra, en este caso a las adolescentes. Centrado en los problemas sociales, el ACD comprende al discurso como forma de acción social, e interpreta la relación entre los distintos rasgos lingüísticos de los textos y las estructuras sociales, con el fin de develar las relaciones de poder que controlan y restringen la productividad del discurso.

Bajo estos principios, y a través de Teorías de la Enunciación, analizamos las huellas que el acto de enunciación deja en el enunciado a través de la deixis, los subjetivemas, la modalización, la polifonía, los implícitos y presuposiciones. Como afirma Balmayor (2001), estos mecanismos de la lengua permiten, a través del enunciado, reconstruir los sentidos que se originaron en una enunciación determinada.

Resultados

Los sujetos de la enunciación del fragmento audiovisual analizado son tres. En primer lugar Natalia de 17 años, la presidenta del Centro de Estudiantes del Colegio Carlos Pellegrini; el periodista Eduardo Feinmann, quien la entrevista y un médico panelista del programa. En relación a la deixis, predomina la primera y tercera persona del plural, con la cual la entrevistada hace referencia al colectivo de mujeres (compañeras de secundaria, las mujeres, los cuerpos gestantes, cientos de mujeres

mueren día a día). Por parte del periodista, predomina la segunda persona, para referirse a la entrevistada y la tercera persona para señalar “al bebe que está por nacer”.

La modalidad de la enunciación es asertiva e interrogativa. En el caso de Feinmann se visualiza en su intención de “corregir”, poner a prueba y contradecir a la joven. En cuanto a la modalización del enunciado se evidencia la modalización lógica, a través de la ambivalencia verdad/falsedad para exponer las diversas opiniones sobre lo qué es el aborto, cuándo empieza la vida, lo que sucede con las mujeres que abortan y la utilización del lenguaje inclusivo.

El uso de este tipo de lenguaje por parte del periodista y la entrevistada, se presenta en la deixis como apelativo vocativo (“les diputades”, y su “corrección” por parte de Feinmann como “los diputados”) y también actúa como subjetivema.

La representación de las adolescentes que se halla presente en este fragmento de análisis, responde a la “niñez como proyecto”. Desde una mirada adultocéntrica, se desdibuja la condición de Natalia como sujeto de derecho, con capacidad de opinión y de transformación de la realidad. Ello puede verse claramente en la utilización de los implícitos, a partir de preguntas de Feinmann, desde las cuales supone que la joven no es capaz de formar sus propios juicios de valor más allá de sus referentes: ¿Eso quién te lo enseñó?, ¿Eso te lo enseñó Sabbatella, Cerruti y Recalde? (...) Tenés unos maestros de lujo. Sabbatella te mandó bien el protocolo”.

Bibliografía

- Angenot, M. (2010). El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible. Canadá: Siglo XXI.
- Cytrynblum, A. (2009). Periodismo social: una nueva disciplina. Buenos Aires: La Crujía.
- Danieli M. E y del Valle Messi, M (2012). Sistemas de protección integral de los derechos de niños, niñas y adolescentes: Recorridos y perspectivas desde el Estado y la sociedad civil. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- van DIJK, T. (2003). “La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato a favor de la diversidad” en *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona, España: Gedisa.
- Fairclough, Norman. 1993 (1998). Discurso y cambio social. Buenos Aires, Opfyl. Traducción de Alejandro Raiter, Julia Zullo, Virginia Unamuno.
- Llobet V. (2011). Las políticas para la infancia y el enfoque de derechos para América Latina: algunas reflexiones

sobre su abordaje teórico. *Fractal: Revista de Psicología*, V.2, Nº 3, p 447-460.

Marafioti R. (Comp) (2002) *Recorridos semiológicos. Signos, enunciación y argumentación*. Eudeba. Bs. As

Salviolo, C. (2013). *Infancia, comunicación y derechos. A veinte años de la Convención, debates y reflexiones que se actualizan. Clase virtual de la Diplomatura en Pedagogía, Educación e Infancia: FLACSO*.

son los criterios de noticiabilidad que utiliza en la selección de acontecimientos que considera relevantes? ¿Qué características permanecen o desaparecen de las propuestas en las *Aguafuertes Madrileñas*? ¿Podemos hablar de criterios propios que no responden a los del Periodismo tradicional de los años 30? ¿Consulta fuentes de información o es un periodismo de impresiones/sensaciones? ¿Qué valor histórico y documental tienen estos textos? ¿Qué definimos como estética periodística en la obra Arltiana? ¿Las miradas propuestas son compartidas por el periodismo de la época?

PERIODISMO Y LITERATURA EN EL BRASIL DEL SIGLO XX: LOS VALORES NOTICIA ARLTIANOS EN LAS AGUAFUERTES CARIOCAS DEL DIARIO EL MUNDO

Giménez Lanza, Ailín

UNSL / gimenez.lanza@hotmail.com

Reinoso, Juan Manuel

juanmanuelreinoso@yahoo.com.ar

Córdoba Mascali, Oscar

oec77@hotmail.com

Palabras claves: periodismo; literatura; aguafuertes ; Arlt

Problema

En este análisis sobre las *Aguafuertes Cariocas* de Roberto Arlt nos proponemos hacer hincapié en nuevos interrogantes poniendo en tensión las formas tradicionales de hacer periodismo, donde la materia prima fundamental es la noticia. Para poder diferenciar una noticia de un hecho el investigador Mauro Wolf retoma la propuesta de estudios en relación a la idea de noticiabilidad: “Definida la misma como el conjunto de elementos a través de los cuales el aparato informativo controla y gestiona la cantidad y el tipo de acontecimientos de los que seleccionar las noticias” (Wolf, 2004, pág. 222) Pero en la propuesta estética de Arlt. ¿Cuáles

Antecedentes

Roberto Arlt creía en los fantasmas. A su primer ensayo como escritor lo tituló “Las ciencias ocultas en la ciudad de Buenos Aires”. Allí comienza también su primera investigación periodística, como cronista se mezcla entre los espiritistas pero antes pasa varias jornadas investigando sobre el tema. En este autor se combinan tres facetas bien definidas: investigación, literatura y experiencia. Las transformaciones en la vida de Arlt siempre estuvieron ligadas a esas tres expresiones. En trabajos anteriores sobre las *Aguafuertes Madrileñas* exploramos cómo la literatura y el periodismo desde la experiencia se constituyen como rasgos fundamentales de su legado. Arlt es muchas cosas pero sobre todo un laboratorio de experimentación continua, un inventor que se sirvió del periodismo para sobrevivir y para viajar. Nuestro interés por su obra periodística en el año 2016. En ese momento creíamos que el Nuevo Periodismo, ahora denominado Periodismo Narrativo había nacido en Argentina 25 años antes de la publicación de *Operación Masacre* de Rodolfo Walsh, la obra maestra que inaugura en Argentina el género de Non-fiction. Con el avance de la investigación nos dimos cuenta que la importancia de su obra periodística no radicaba sólo en cambiar la fundación del Nuevo Periodismo en Argentina, sino en tratar de entender cómo se cruzan en su obra periodismo-experiencia y literatura en un caso concreto: El preludeo de *La Guerra Civil Española*.

Metodología

Utilizaremos como metodología el Análisis de Contenido, que como técnica permite la interpretación de textos, ya sea escritos, grabados, pintados o filmados. En este caso se trata de 40 artículos periodísticos publicados en el *Diario El Mundo*, publicados en 1930, luego compiladas en 2013 por Adriana Hidalgo Editora con el nombre “*Aguafuertes Cariocas*”. Dentro del mismo Análisis de contenido recurriremos al Análisis gramatical que se basa en la descomposición de un texto en sus partes constitutivas.

Algunas consideraciones

Arlt: autor, narrador, personaje, lector

*Para poder dimensionar la mirada propuesta por Arlt en las Aguafuertes Cariocas es casi indispensable leerlas en conjunto, se constituyen como un Gran Reportaje, “concebido como partes complementarias de un todo que tienen como transformo una única comunidad” (Williams).

* La centralidad de sus narraciones tienen un personaje sobresaliente: el propio Arlt. Todos los textos sobre el universo carioca son en primera persona del singular y llevan el inconfundible sello de su mirada. Es autor y narrador a la vez y deja cierta impresión que todos los personajes que aparecen en sus historias son satélites de su propio universo.

Tres momentos de Arlt en Brasil

Podemos observar tres etapas en los textos que Arlt escribe durante su estadía en Brasil

1º etapa: muestra un deslumbramiento por Brasil

2º etapa: analiza y compara Bs As con Rio de Janeiro.

3º etapa: Aparece un marcado menosprecio por ese otro país y tiene deseo de volver a Bs. As.

Sobre el uso de fuentes de información

*En relación a las fuentes no son utilizadas como en el periodismo tradicional, pero no por eso son menos relevantes. Son atribuidas difusamente, por lo que aquello dicen cuando rara vez las consulta, tienen más que ver con reforzar una mirada que con la constatación de datos. Las fuentes son causales, personas que van apareciendo a medida que camina la ciudad de Río de Janeiro. (Parroquianos, sirvientas, otros periodistas y personajes anónimas).

La mirada sociológica Arltiana

Antes de ser un gran cronista, es un gran lector. Un vanguardista de la sociología que desde una micro-mirada intenta construir un todo. En esa construcción encontramos el petulante orgullo porteño, por la plenitud del Buenos Aires de los años 30 en comparación a ese Río de Janeiro, y allí hay una gran diferencia de su estadía posterior en España, donde ve una ciudad que le gusta, justamente porque se asemeja a Buenos Aires.

“Hay quienes ven pasar personas delante de su ventana como si se tratara de un paisaje y hay quienes a partir del

examen detenido de esas personas, se percatan que nada en la marcha de esos individuos es gratuito. También hay quienes pasan la vista por miles de páginas, sin sentir ese compromiso, esa gracia que libera. Leen para acumular, para trepar. Otros, más bien pocos, disfrutan al leer” (Fernando García Ramírez)

Sobre la noticiabilidad y los cruces de una hibridez trans-género

Arlt se ubica en la Vanguardia con la hibridez como principio: vemos cruces de recursos literarios y géneros periodísticos.

Por otro lado la selección de acontecimientos que hacer Arlt en El Mundo no responde a los criterios de noticiabilidad de la prensa tradicional. Propone otros que podrían relacionarse con:

- El azar como principio (buscado) en la selección de temas que aborda.
- Su mirada como eje central en de cada uno de los textos. Descripciones de la ciudad con recursos propios de la poesía (enumeración, comparación, anáfora, personificación)
- La verdad Arltiana es propia, subjetivada y no hay que chequearla desde las fuentes. (Verosímil Arltiano).
- No le interesan los acontecimientos que atañen a miles de personas, suele enfocarse en hechos que generalmente no serían noticia en los grandes medios.
- Hace regularmente interpelaciones al lector.
- Las Aguafuertes Cariocas son una propuesta de género no ficcional sobre el Brasil de los años 30. En eso Arlt repite un poco con lo que hace en su país. Así como cree que Argentina es sólo Buenos Aires, parece pensar que Río de Janeiro es todo el Brasil. Construye un nosotros “Los Porteños” donde “el otro” Brasil, se enuncia desde un lugar de inferioridad con adjetivos demostrativos sin nombrarlo.
- Las Aguafuertes Madrileñas y Cariocas no pueden ser consideradas como Postales de una región de tipo figurativas y/o complementarias. Estas Aguafuertes son la aguda mirada de un cronista extranjero sobre la situación, la cultura, las sociedades de diferentes regiones del mundo. Y como tales están llenas de prejuicios, juicios, consideraciones y comparaciones que exceden el terreno de la ficción.
- Consideramos que este trabajo una puerta de entrada al universo periodístico Arltiano. . Invitamos a lxs que estudian su obra a profundizar la mirada y a proponer que lxs estudiantes de periodismo lo lean en las carreras de comunicación de la Argentina. Vemos en esta obra una riqueza que vale la pena seguir explorando.

LA CRISIS CLIMÁTICA EN LOS MEDIOS GRÁFICOS ARGENTINOS

Liendo, María Belén

FCC - UNC / lliendobelu@gmail.com

Sibona, Cecilia

FCC - UNC / ceci.sibona@gmail.com

Palabras clave: medio ambiente; calentamiento global; cambio climático; análisis discursivo; diarios

Introducción

El calentamiento global hace referencia al incremento de la temperatura tanto de la atmósfera como de los océanos del planeta que ha ido aumentando progresivamente en el último siglo.

Se da por múltiples causas, dentro de las que se clasifica como la más importante la emisión constante de dióxido de carbono, siendo este un problema de máxima frecuencia que hoy se visualiza como una completa amenaza para la salud del medio ambiente y los seres vivos que lo habitan. El Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático de la ONU (IPCC) prevén que para el 2030 esta situación será irreversible por lo tanto, sería el fin de la vida en la tierra como la conocemos y el comienzo de una catástrofe global sin precedentes.

Antecedentes de la investigación

El cambio climático, el calentamiento global y la sostenibilidad son conceptos integrados en la agenda de los medios, que reflejan preocupaciones y alertas amparadas en un amplio consenso científico. No obstante, el reflejo de la información sobre estos aspectos revela carencias en las técnicas constructivas del periodismo, además de aquellas que responden a cruces de intereses políticos, económicos y culturales. Siguiendo esta línea temática, diferentes trabajos previos han sabido hacer hincapié en el tratamiento mediático y el papel que juegan los medios en esta construcción.

Un primer trabajo titulado “Periodismo local y cambio climático global” (2012) de Pablo Marcelo Gavirati analizó la cobertura de la XV Cumbre de la Convención de la

ONU sobre Cambio Climático, haciendo foco en el caso argentino. Así, pone de manifiesto en su investigación la idea de que la propia lógica mediática impide que la concientización ambiental ocurra. De la misma manera, del otro lado del globo, el Dr. Bernardo Díaz Nosty en el artículo “Cambio climático, consenso científico y construcción mediática” se refiere a la evolución y tendencias de los flujos informativos relativos al cambio climático, así como a las disonancias entre los mensajes científicos y el mediático. También, se hace hincapié en el creciente interés de los estudios de comunicación, especialmente en el mundo anglosajón, sobre la crisis medioambiental, hasta el punto de sugerir el desarrollo de una corriente orientada a la comunicación periodística y la innovación sostenible.

Pregunta de Investigación

¿Cómo se construye el concepto “Calentamiento Global” en los medios Clarín, La Nación y La voz en Argentina de febrero a junio del 2019?

Objetivos generales

- Indagar en la construcción del concepto Calentamiento global en las noticias de los medios

Clarín, La Voz del Interior y la Nación en Argentina de febrero a junio del 2019.

- Contrastar y comparar dicha construcción entre los medios.

Objetivos específicos

- Analizar los valores que se ponen en juego

- Describir a los actores discursivos

- Comparar los diversos medios para encontrar continuidades y rupturas

Metodología

Tomando al análisis del discurso y su naturaleza como técnica cualitativa, decidimos elegir el corpus basando nuestra selección en el interés que tuvieron algunas notas sobre el tema en cuestión. Se eligieron tres noticias de los tres medios con mayor alcance a nivel nacional: La Voz del Interior, La Nación y Diario Clarín. Las mismas se seleccionaron en torno a cómo constituyen y conforman el mismo hecho: El cambio climático, las consecuencias del movimiento #Fridayforfuture y el posicionamiento mediático en torno a esos hechos. El recorte temporal

también se realizó tomando en cuenta el momento en el que las noticias tuvieron una mayor repercusión en la agenda setting del país. También se tomó en cuenta la enunciación de determinados actores sociales en esas noticias, tales como Greta Thunberg y el movimiento que ella encabeza: School strike for climate.

Para analizar este corpus optamos como destacamos en el comienzo, a las herramientas que proporciona el Análisis del discurso ya que asumimos que la discursividad social es una dimensión constitutiva de los procesos sociales en su carácter performativo, como momento en el que se producen y reproducen sentidos, valores, identidades, motivaciones, prácticas.

Marco teórico

Para Verón(1993), un discurso es un resultado de operación de sentido, que puede ser lingüístico, como no. Para este autor, la red de significación infinita siempre es social. Verón siempre analizará este proceso continuo de producción, circulación e interpretación de discurso social dándole importancia a la dimensión material, es decir, a la materia cargada de sentido. Al hablar de circulación, Verón (2004) se refiere al desfase que surge entre las condiciones de producción del discurso y las lecturas de recepción. Este desfase es agrandado por el internet, es decir, hay una mayor distancia entre las condiciones de producción y de reconocimiento. (Carlón; 2016) su vez, en los discursos hay que estar atentos a las marcas, “comunes denominadores que encontramos en los discursos que en el fondo revelan visiones del mundo, palabras, imágenes y símbolos que se repiten en la historia de los discursos”. (Verón; 1987)

No existe la objetividad absoluta, lo que existe es una tendencia a ella, mientras más exhaustiva sea la información, más se acerca a ella, argumenta Kerbrat Orecchioni (1997), aún así, enfatiza que ninguna nota puede escapar de la subjetividad. La autora plantea una metodología para analizar las notas periodísticas a partir de las siguientes categorías: subjetividad afectiva, subjetividad interpretativa, subjetividad modalizante, intervención por selección y la subjetividad axiológica.

Para analizar la construcción del enunciador y del mensaje, se utilizará la noción de subjetivema planteada por Peralta y Urtasum (2004), quienes lo definen como unidades léxicas que tienen la posibilidad de evidenciar subjetividad. Desde este concepto, se puede analizar cómo el enunciador se construye a sí mismo y construye la narración del mensaje utilizando o no subjetivemas que estén cargados de valor emocional; y de esta forma, generar un determinado efecto en el enunciatario.

Resultados

En todas las noticias analizadas se habla en voz pasiva, borrando e invisibilizando completamente la causa del calentamiento global, como si este no fuese la razón de los desastres naturales que menciona las notas, sino un tercero que *probablemente seguirá afectando*. Además nunca se hace mención de que se puede/ podría hacer para disminuir el daño. Sumándole a esto, la gran mayoría de las notas analizadas utilizaron primordialmente el concepto “cambio climático” por sobre el de “calentamiento global”, cambio no hecho al azar sino que fue creado y se utiliza con una cierta agenda política de trasfondo. En la mayoría de los casos cuando se utilizaba el segundo concepto era en citas a científicos (a veces utilizando concepto muy específico) o a Greta Thunberg o a jóvenes que eran desmerecidos por el simple hecho de ser jóvenes.

Sobre estos dos últimos actores mencionados se realizó una construcción muy interesante. En el caso de Greta, en todas las notas, se realizó una construcción idílica, enfocándose en su edad, su síndrome y en los efectos de su protesta en tanto jóvenes y adultos. Esta idealización es una continuidad de los tres medios seleccionados, inclusive entre ellas se repite información ya que apelan a la misma charla Ted para construir la nota.

Por otro lado en el caso de lxs jóvenes argentinx que participaron y marcharon junto al movimiento #Fridayforfuture fueron desvalorizados por su edad. En el caso de Clarín con frases como “casi que no lo dudan” y “que sorprende por su madurez”. En el caso de La Nación llamandolxs ovejas que siguen a Greta como si fuese un gurú. Pero a su vez valoriza la marcha comparandola con otras marchas. Y por último, en el caso de La Voz, realiza un curioso distanciamiento entre jóvenes y adultxs, remarcando que el problema o la gravedad de la situación es de lxs jóvenes mismos y no lxs adultxs. Aunque el calentamiento global afecta a jóvenes y adultxs por igual los medios de diferentes formas construyeron dos grupos diferentes como si fuesen opuestos.

Conclusión

A pesar de que existe un gran bagaje informativo al respecto (documentales, películas, series, informes, papers, revistas científicas, crónicas y noticias etc etc etc) no se llega al tratamiento que la temática merece en los medios argentinos: catástrofe mundial sin precedentes (como han declarado científicos de la ONU)

Es por esto que la conclusión de este trabajo termina con una pregunta, pregunta que lleva a una próxima futura investigación: ¿Por qué en los medios gráficos argentinos nadie da cuenta que nos estamos muriendo?

Bibliografía

BBC Mundo (2018) “Por qué 2030 es la fecha límite de la humanidad para evitar una catástrofe global”. Sacado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45785972>

Carlón, M (2016) Apropriación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo

Verón. En E- Vizer y C. Vidakes (coords.), Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional (pp. 125-153). Barcelona: Editorial Comunicación Social

Kerbrat-Orecchioni, C. (1997) Apartado: “La grilla enfrentada al corpus” en La enunciación. Edicial, Buenos Aires.

Peralta, D. - Urtasum, M. (2004) “Selección del léxico: los subjetivemas” y “Secuencias textuales y efectos de sentido” en La crónica periodística. La Crujía. Bs. As.

Verón, E (1987) “La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad”

Verón, E. (1993) La semiosis social. Capítulos en 4, 5, 6. Ed. Gedisa. Barcelona.

Verón, E. (2004) “Diccionario de lugares no comunes” en Fragmentos de un tejido. Ed. Gedisa, Barcelona.

patagonia-campo-hielo-sur-se-fractura-nid2251264

- “Greta Thunberg. Con 16 años, es la militante por el cambio climático que conmueve al mundo” (27/04/2019) Sacado de: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/greta-thunberg-con-16-anos-es-militante-nid2252009>

- “Los pibes de Greta”: los nativos ambientales reclaman contra el Cambio Climático” (24/04/19). Sacado de: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/los-pibes-greta-los-nativos-ambientales-reclamannid2251289>

La Voz del Interior

- “Cambio climático: las tormentas serán más intensas en Córdoba” (06/05/2019) Sacado de: <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/cambio-climatico-tormentas-seran-mas-intensas-en-cordoba>

- “El calentamiento global seguirá marcando temperaturas máximas hasta 2023” (07/02/19) Sacado de: <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/calentamiento-global-seguira-marcando-temperaturas-maximas-hasta-2023>

- “La chica que falta a la escuela para concientizar sobre el medio ambiente” (05/05/19) Sacado de: <https://www.lavoz.com.ar/numero-cero/chica-que-falta-escuela-para-concientizar-sobremedio-ambiente>

Notas analizadas

Clarín

- “El calentamiento de los océanos podría dejarnos sin peces para comer” (06/03/2019)

Sacado de: https://www.clarin.com/new-york-times-international-weekly/calentamiento-oceanos-podria-dejarnos-peces-comer_0_Z5Uk2BEVt.html

- “Miles de adolescentes de todo el mundo salieron a pedir por el cambio climático”

(15/03/2019) Sacado de: https://www.clarin.com/sociedad/miles-adolescentes-mundo-salieron-pedir-cambio-climatico_0_IVcC7jp44.html

- “Una personalidad influyente: Greta Thunberg, la militante de 16 años por el cambio climático que conmueve al mundo” (03/04/2019) Sacado de: https://www.clarin.com/entremujeres/genero/greta-thunberg-militante-16-anos-cambio-climatico-conmueve-mundo_0_olyIDPkZY.html

La Nación

- “Alarma en la Patagonia: el Campo de Hielo Sur se fractura por el cambio climático” (24/04/2019) Sacado de: <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/alarma->

CINE EXPRÉS, UN MODELO MULTIPLICADO

Grosman, Carla

**UNC, Universidad de Auckland, New Zeland/
grosman-smith@hotmail.com**

Palabras claves: taller de cine exprés; cine con vecinos; cine e interculturalidad; colonialidad del ser; colonialidad del saber

Introducción

El film corto tiene una posición subalterna ya desde las pobres condiciones de producción, en un sentido económico y muchas veces “estético” (si se lo compara con la norma comercial hegemónica), hasta en sus posibilidades de decodificación y lectura. Nótese que

no existe un circuito comercial para la película de cortometraje, ni un prestigio consagrado para sus autores. En la industria cinematográfica se lo entiende como un paso previo de aprendiz o como el “primo pobre” del consagrado largometraje. Quizás por esa razón es que la tecnología requerida para su manufactura fue habilitada a los espacios más controlados desde el poder. El acceso directo del subalterno a los medios de producción audiovisual surge de las políticas educativo-culturales populistas promulgadas por el neocapitalismo de manos de las organizaciones no gubernamentales (ONG) de los años 90’s, como forma de prevención de la disidencia popular que es orgánica al sistema de pobreza que ellos mismos generan. Lo inesperado fue, que como resultado de ese acceso, dicha estrategia se convirtiera es su *ricochet*. Porque a ese formato accedieron varios grupos subalternos organizados que, beneficiados por la valoración *naïve* que el mercado confiere a este tipo de producción, lograron infiltrarse por entre las hendidias de los espacios hegemónicos de reproducción ideológica del poder. De este modo se difunden en espacios televisivos vacantes y, más definitivamente, forman parte de la cultura de los festivales independientes. El caso de “Cine con vecinos” puede comenzar a leerse en el marco de estas transformaciones socio-culturales.

Un modelo; “Cine con vecinos”

“Cine con vecinos” es un movimiento artístico comunitario surgido en la ciudad de Saladillo, provincia de Buenos Aires alrededor de 1997 que se mantuvo activo hasta la fecha realizando más de 30 películas escritas, producidas, dirigidas y actuadas por los vecinos del mismo pueblo. Esta forma de representación horizontal, donde la comunidad se organiza para poner en acto su propio imaginario colectivo, es el reflejo de las tradicionales prácticas socio-culturales del cuidado comunitario nacidas de su modo de producción rural-cooperativo. Se sigue que su posición de exterioridad a las formas de producción individualistas características de las metrópolis, ha generado un espacio donde la solidaridad es necesaria para la sobrevivencia. Por esa razón, pequeñas comunidades de la periferia como esta aparecen como las zonas de oportunidad para un tipo de enunciación diferente.

Destaco la propuesta de producción de Saladillo porque ésta plantea un “paradigma otro” (W. Mignolo ,2003) de trabajo, en la que la solidaridad es recurso “material” de producción, reforzando los lazos comunitarios en una práctica productiva no subordinada a los intereses económicos, técnicos o estéticos impuestos desde la industria cinematográfica. Este proceso es creador de una nueva subjetividad comunitaria en la que la persona adquiere una conciencia ética comparable a la propuesta por Emmanuel Lévinas (1947) para salvarnos

de la soledad de la existencia; la del “ser-para- el-otro”, como momento ético de respeto a la Alteridad. Esta ética se narrativiza hacia dentro del cuerpo de su lenguaje cinematográfico, como también a través de su dinámica (solidaria, horizontal, heterogénea y autogestora) de producción-recepción.

En cuanto a su forma de representación simbólica, importa destacar la discusión llevada a cabo por estos films sobre el sintagma moderno crítico latinoamericano; el ideograma intelectual/artista-pueblo.

Para entender la conformación discursiva de este sintagma parto de la paradoja de que aquello a lo que llamamos independencia en América Latina, es de hecho, el fetiche de hegemonía con el cual el proyecto elitista de Estado Nacional criollo-burgués mantuvo vigente la subordinación epistémico-ontológica de tierras y poblaciones al sistema-mundo moderno/colonial, una condición sociopolítica que Anibal Quijano (2000) designa como “Colonialidad del poder”. En este contexto, resulta coherente, que aquellos ideales que promulgaron el fin de una condición tributaria en pos de una unificación histórica y geopolítica de los nuevos países emancipados, fueran por siempre demonizados como enemigos de los valores de la Nación por los relatos instrumentales de la colonialidad del poder. Frente a este contrasentido, los impulsos sociales revolucionarios del siglo XX emprenden un proceso dialéctico de des-enmascaramiento de las dinámicas reproductoras de la “colonialidad del saber” (Santiago Castro-Gómez, 2007) y de la “colonialidad del ser” (Nelson Maldonado-Torres, 2007) como una forma de guerrilla epistemológica. En este pensamiento cupo la posibilidad de amalgamar el saber institucional y/o la producción cultural legitimada, con las necesidades revolucionarias de los sujetos subalternizados por los procesos de colonialidad; surge así lo que entiendo como el ideograma intelectual-artista/pueblo (Grosman, 2018).

El “Nuevo Cine Latinoamericano” de los años 60 a 70 se destaca como uno de los actos simbólicos más representativos de este ideograma, precisamente porque se propuso develar las estrategias estético- retóricas de legitimación del poder, adoptando un nuevo sistema semiótico que responda a una identidad latinoamericana de base socialista. Aunque este conjunto de obras intentara de-construir el discurso hegemónico, primeramente en la psicología del “oprimido” (Categoría de Paulo Freire, 1970 y de Enrique Dussel 1973), lo aporético fue, que estos autores asumieran la responsabilidad de hablar *por* el subalterno. Esto porque aquello implicó la utilización de su propia posición centrada para enfrentarse al proceso epistemológico que, tanto a nivel territorial como ontológico, instala la diferenciación centro-periferia. De este modo perfilado, el éxito de las actividades contra-hegemónicas subalternas pasa a depender de las mismas

relaciones de poder que pretende derrotar.

Digo que la propuesta de “Cine con vecinos” pone en discusión la legitimidad del sintagma moderno crítico latinoamericano -el ideologema intelectual/artista-pueblo- porque se trata de grupos que están más cerca de intervenir, con su propia voz, en las lógicas transitivas y reproductoras de la legitimidad adoptando estrategias y vías discursivas que antes fueron dominio del “intelectual orgánico” (Gramsci, 1929-1933); hoy desaparecido, exiliado, “quebrado” o asimilado a las huestes justificadoras del sistema hegemónico. Esta condición de “desaparecido” del intelectual orgánico obedece a que el ideologema del intelectual-artista/pueblo resulto una fórmula aporética, que, a merced del sistema reaccionario del poder represivo militar termina desactivada al quedar decapitada su dirigencia y con ello, todo vínculo solidario existente entre los movimientos político-críticos, los agentes culturales y el pueblo. Este proceso se celebra en un ritual de reordenamiento de la realidad mediante un espectáculo de violencia ejercido sobre el disidente (el intelectual orgánico, el líder sindical, el educador comunitario), en el cual la ciudadanía participa en condición de audiencia que garantiza su legitimidad, convirtiéndose paralelamente en cómplice y víctima del abuso. Frank Graziano (1992) se ha referido a esta posición ambigua de la sociedad civil como “audiencia garantora”.

Por ello en el modelo de cine con vecinos -y en general en todas las experiencias de cine comunitario que le son contemporáneas en Argentina-, las historias singulares de los que viven “la herida colonial” (Mignolo, 2007) son representadas a través de una estética que entiendo como “simulación testimonial” (Grosman, 2018) porque se ha distanciado de las formas de legitimación que manejaba la escritura testimonial (característica de la producción del ideologema intelectual-artista/pueblo); se ha desprendido del puño del intelectual-transcriptor y traductor de cultura hegemónica y subalterna aunque conserva la retórica de oralidad y veracidad a partir de la cual el discurso del Testimonio construyó su legitimidad y empatía. Ésta es una forma muy contundente de intervención en la dinámica de colonialidad del ser y del saber porque el sujeto aquí se asume ontológicamente por fuera del proceso de subalternización epistémica, y ello desde el momento en que se apropia de las formas de legitimación que lo mantuvieron hasta ahora, de esta manera posicionado para comenzar a construir otro paradigma posible.

Sostengo que en estas obras existe lo que llamo “simulación testimonial”, primero, porque la historia que se cuenta es la recreación -dentro del contexto diegético de ficción- de una historia real; de algo que le sucedió a algún habitante del pueblo o que sucede en sus vidas cotidianas. Así los personajes protagónicos se construyen

en semejanza de personas reales del pueblo, es decir, todos conocen su referente original, pero el hecho de que se lo represente en forma de ficción le asegura a tal referente un cierto grado de privacidad. Segundo, porque los personajes secundarios representados en la narración son personajes que existen en la vida cotidiana del pueblo (el policía actúa de policía, el paramédico de paramédico, la maestra de maestra). Lo mismo sucede con los escenarios; se filma en escenarios reales, y su utilización en la diégesis respeta el uso cotidiano que ese espacio tiene en la realidad. Por último, porque su formato de ficción es la transcripción que cataliza conflictos comunitarios concretos en relatos personales y parciales. Intuyo que es esa no-aspiración a la totalidad de la Verdad lo que le deja sobrevivir entre las relaciones sociales pueblerinas, porque al narrarse como una de las tantas perspectivas posibles asegura la convivencia armónica y cooperativa de sus habitantes, permitiendo el acceso a temas que quedarían, de otro modo, colectivamente vedados. Esta estrategia testimonial es persuasiva pues logra la inclusión del espectador como parte de un drama que sucede allí: en las mismas mesas, las mismas plazas, los mismos escenarios de su historia personal y colectiva. La relación establecida con el espectador tiene, asimismo, un aspecto de *anagnórisis* (reconocimiento) pues el espectador sale del cine aceptando que lo que ha visto representado acontece también en su vida real y la de sus vecinos.

Y es en este nivel de la relación entre la producción y el potencial transformador se su propuesta que vale la pena hacer algunas observaciones. Primero hay que recalcar que su propósito no es sólo purgar los problemas comunitarios locales; involucra simultáneamente un trabajo de distanciamiento en su forma de producción que es, en última instancia, un modo performativo de lo social. En este contexto, aquél guión escrito a partir de la experiencia personal de algún vecino, moviliza a todos los miembros de la comunidad en el afán de llevarlo a la representación cinematográfica. En este proceso suceden dos cosas: el miembro de la comunidad que ha compartido su historia debe ahora distanciarse emocionalmente de ella para producirla, y esto sirve a la propia elaboración del trauma en tanto la persona logra exteriorizar tal conmoción interior en un objeto (en este caso la historia). En términos psicoanalíticos diríamos que este es un trabajo de duelo. Por otro lado, la participación de los vecinos en esta producción implica la aceptación de una responsabilidad comunitaria sobre el problema personal del otro. Y esto porque al colocarse en posición de escucha activa el grupo que colabora en la realización de la historia crea al mismo tiempo las condiciones de audibilidad para abrir en la memoria colectiva un espacio en donde alojar la historia traumática del otro. Se edifica así socialmente una memoria activa de ejemplificación que es en última instancia una re-narración ética porque contribuye a reconquistar su condición de sujetos

políticos, en tanto ha promovido una reparación colectiva del concepto de individuo como “audiencia garantora” (F. Graziano, 1992) de las políticas de mercado.

Este proceso de re-narración ética se completa en el momento de la recepción en varios sentidos. Primeramente porque las proyecciones de sus films son realizadas en el tradicional cine del pueblo. Edificio que, a diferencia de muchos otros cines de ciudades pequeñas que durante este periodo fueron convertidos es estacionamientos, edificios de departamentos o multisalas de cine comercial, éste fue recuperado por las mismas manos de los vecinos, que lo reclamaron como espacio histórico de su comunidad. La sede de exhibición es, entonces, el espacio simbólico de este proyecto en cuanto resistencia a la racionalidad del mercado. El segundo aspecto refiere al momento de la proyección frente a los vecinos quienes asisten para contemplar el fruto de la puesta en acto de sus lazos ciudadanos. En este sentido, la obra audiovisual se convierte en icono de significación colectiva. Contexto en el cual, el espectador deja de ser consumidor individual, para convertirse en miembro productor de una comunidad de sentido. En tercer término se ubica lo que concierne a la dinámica del “Festival Nacional de Cine con Vecinos” que se realiza en la ciudad de Saladillo. Porque allí se convocan anualmente otros grupos vecinales realizadores de similares características radicados en otras localidades del interior del país. Esta instancia funciona como promoción del entendimiento intercultural y como celebración de sentimientos de empatía y solidaridad colectiva. Esta dinámica se ensancha, cuando las películas destacadas se proyectan en festivales internacionales en categorías de “de bajo presupuesto” o “cine pobre”. Al respecto, sus pioneros Julio Midú y Fabio Junco afirman que si bien éste es un cine de “bajo presupuesto” también se trata de un cine de “altísimos recursos humanos”.

Cine Exprés, un modelo multiplicado

En 2009, favorecidos por las renovadas posibilidades creadas por la sanción y promulgación de la Ley de Servicios de comunicación audiovisual (Ley 26.522), los fundadores de “Cine con Vecinos” Julio Midú y Fabio Junco, comienzan a desarrollar el programa “Talleres Express de Cine con Vecinos” que básicamente intensifica y condensa en un solo día la experiencia y dinámicas ya exploradas por Cine con Vecinos desde 1999. El Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, desde la Coordinación de Espacios INCAA y Programas Especiales a cargo de Damián Laplace, apoya en todo el país la realización de estas jornadas creativa con vecinas y vecinos de una ciudad, pueblo o barrio para que la comunidad participe y difunda sus historias en todos los escenarios posibles. *Historias de un país y su gente* es el eslogan de la Fundación Cine con Vecinos, que se hace eco

en la propuesta de Cine Exprés. La modalidad de trabajo de esta serie de talleres admite hasta 60 participantes desde jóvenes hasta la tercera edad, y se desarrolla en tres etapas: en la primera todos proponen ideas y luego votan democráticamente una de esas historias para filmar. En la segunda, se pone en marcha el rodaje del cortometraje de ficción elegido (en interiores y exteriores del lugar de encuentro) con el protagonismo de los participantes interesados en actuar. Finalmente, los coordinadores de la Fundación Cine con Vecinos, editarán el material y esa misma noche se estrena el cortometraje, junto con la convocatoria a todos los participantes, sus amigos, familiares y vecinos.

Hasta 2017, cuando los cambios en el clima de políticas culturales del nuevo gobierno comenzó a afectarles la serie de talleres exprés llevaba realizadas 8 ediciones, en las que efectuaron 160 cortometrajes y recorrieron la misma cantidad de localidades de norte a sur y de este a oeste del país. Sus cortos subían a su propio canal de *YouTube*, y algunos seleccionados se exhibían anualmente en el Festival Nacional de Cine con vecinos, y también por INCAA TV y la TV pública. Los cortos tenían también una vida independiente entrando a muestras y festivales de cine, en distintos puntos del país y el exterior. El modelo llegó a multiplicarse en experiencias realizadas en Ecuador, España, Francia, Paraguay y Uruguay.

Considero que esta serie de talleres, es educativa en varios sentidos: primero pues hay un aprendizaje del proceso de producción de un objeto comunicacional (la construcción de una ficción sobre hechos, espacios y la materialidad de la vida real). Segundo, hay un aprendizaje de las posibilidades discursivas de ese mensaje (la historia puede servir como influencia, denuncia, reclamo, develamiento o encubrimiento de hechos e ideas). Tercero, a partir de las condiciones de circulación de ese objeto comunicacional, hay un aprendizaje de las posibilidades emplazadoras de su propio lugar en el mundo (los miembros de una comunidad pueden contar sus propias historias mínimas para ser compartidas con públicos de otras comunidades lejanas generando una nueva manera de concebir la diferencia con el otro; la humanidad en la alteridad del otro).

Hay de este modo un quiebre en las lógicas reproductoras de la colonialidad del saber, el aprendizaje de los códigos de construcción del discurso, y por extensión, el conocimiento de que lo que se representa no es la realidad sino un relato de esta, estimula una nueva percepción de lo real. Este aspecto envuelven un aprendizaje profundo que es el de reeducarse como sujetos productores de sentido que, empoderados por dicha capacidad, logran escapar al lugar del consumidor pasivo de un modelo de realidad y de verdad al que los ha condenado el relato del Mercado.

El otro quiebre es con las dinámicas que refuerzan la

colonialidad del ser a partir de un reposicionamiento ontológico de parte de las comunidades participes: estas personas aprenden que pueden inscribir sus subjetividades dentro de un nuevo paradigma intercultural donde sus historias si tienen un valor y donde las historias contadas por otros resuenan en la experiencia propia. Desde este entramado intercultural creado por las múltiples experiencias de Cine exprés en distintas comunidades y la circulación en línea de sus producciones, dichos talleres contribuyen a ponderar la diversidad cultural, “la igualdad en la diferencia” de la que nos habla Walter Mignolo (2003). El resultado es la natural renuncia al lugar de sujeto periférico designado por el orden del sistema-mundo articulado hacia dentro de los límites nacionales por la adscripción del estado criollo burgués. En cierto sentido este proceso se aproxima a lo que planteaba Paulo Freire (1970, 35) como “trabajos educativos”: la acción profunda a través de la cual se enfrentará, culturalmente, la cultura de la dominación: mediante el cambio de percepción del mundo opresor por parte de los oprimidos.

Conclusiones

En la postdictadura el mito del mercado se fortalece en el sistema institucional perverso de la democracia neoliberal (Samuel Valenzuela, 1992). Este consiste, como lo ha descrito Néstor García Canclini (1995) en un trabajo de coerción psico-económica ejercida sobre el ciudadano, que resulta en la concesión de sus derechos y responsabilidades políticas en pos de su sobrevivencia en calidad de consumidor privado. Esta nueva subjetividad es instrumental para la atomización política del individuo con la que se mantiene el fetiche de lo que Guillermo O’Donnel (1992) llama una “democracia consolidada”. De esta manera, la utopía de mercado nos convence de ser la forma de organización social que mejor se adapta a la naturaleza del hombre, naturaleza que ha sido previamente reformulada como esencialmente individualista por la reificación capitalista.

Se sigue que, en estos doscientos años de vida republicana, nada ha podido escapar a los planes civilizatorios sin caer en lo salvaje, lo subversivo, o lo resentido, según dicte el discurso burgués de la época. En este contexto el sujeto subalterno es tal porque desde la epistemología de la modernidad/colonialidad (de la cual el ideologema intelectual-artista /pueblo no logra escapar) no ha dejado de ser audiencia u objeto de representación. Este es el complejo situacional en el que se inscriben los nuevos movimientos sociales surgidos desde la segunda mitad de los años noventa. En toda su diversidad, sus reclamos coinciden en discutir aquellas lógicas del mercado que presentan a la economía y sus correspondientes prácticas sociales como fuerzas objetivas totalmente autónomas de la voluntad humana. Encuentro que una de sus

principales características de lucha es la reformulación de la subjetividad desde una identidad individualista a un marco solidario de interacción social, lo que involucra comprometerse nuevamente con sus responsabilidades y derechos ciudadanos.

Mirando hacia este proceso es que indago en manifestaciones que, aunque conserven el impulso de deslegitimación del sistema dominante (proyecto del ideologema intelectual-artista/pueblo), lo hagan por fuera de una retórica dialéctica, es decir hacia los bordes exteriores del discurso, entendido éste como la lógica del lenguaje que expresa la tendencia hacia la totalidad histórica. A mi entender, esta propuesta involucra un desplazamiento enunciativo, desde una posición ética geopolítica latinoamericanista, hacia múltiples expresiones cuerpo-políticas donde la crisis de ese proyecto queda inscrito en la vida concreta de sus sobrevivientes y descendientes. Encuentro que este viraje, desde el discurso a la re-narración, se presenta como manifestación simbólica de lo que sucede en el ámbito de la cuestión pública. Sobre todo, cuando los nuevos movimientos sociales se apartan de las formas oficiales de gobernanza institucional para llevar a cabo una democracia directa, callejera y comunitaria, al tiempo que para lograrlo, desatienden las condiciones hegemónicas de organización de la producción. De estas renovadas circunstancias surgen formas no tradicionales de reapropiación social de lo público-político. Dentro de éste grupo hemos de enmarcar al cine de cortometraje no-comercial, amateur y comunitario. Así el ejemplo de Cine exprés como multiplicación del modelo de producción de Cine con vecinos podría ser leído desde las propuestas de Tomás Moulian (1997) y de Herman Herlinghaus (2004), que describen la posibilidad de un proyecto de insubordinación desde la heterogeneidad, que “confía en el poder de las renarraciones como vehículos de destotalización”.

He destacado especialmente la experiencia de los “Talleres exprés de cine con vecinos” pues, desde la serialidad de su modelo de producción- recepción construyen físicamente una red de imaginarios, sentidos y expresiones que responden a las construcciones auto-representada de los sujetos que han quedado territorial y epistemológicamente en los márgenes. La repetición seriada de sus producciones, (el mismo formato, adaptado a cada comunidad de actores sociales y a conflictos auto-representados) es lo que construye una renarración de las relaciones socioculturales en el marco de la interculturalidad, es decir, la coexistencia y equivalencia entre formas de vivir y de pensar interactuando en el espacio social por la preservación de esta misma condición de convivencia.

En este sentido es que creo que “Talleres Express de Cine con Vecinos” no es un cine político en un sentido estricto

sino que su propio modo de producción- circulación se revela como una forma política de cine. Esto es lo que refiere a su función *poiética*, en cuanto utiliza el poder de producción de su lenguaje simbólico no sólo como acto descriptivo-crítico de sentidos éticos, sino a la vez, como acto creativo-performativo de los mismos. En este sentido sostengo que su proyecto educativo es re-narración utópica, en tanto disputa, desde un nuevo sistema simbólico de dinámicas de lo colectivo, las zonas del lenguaje y de la construcción de lo real que han sido afectadas en nuestro inconsciente político por el “relato mitológico individualista del capitalismo” (Fredric Jameson, 1981).

Bibliografía

- Castro-Gómez, S. (2007). Decolonizar la universidad. La hybris del punto cero y el diálogo de saberes. *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*, 79-91.
- Dussel, E. (1996). *Filosofía de la liberación*. Bogotá: Nueva América. [1973]
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del Oprimido*. Montevideo: Tierra Nueva
- García Canclini, N. (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo
- Gramsci, A. (1981) *Cuadernos de la cárcel*. Ed. Valentino Guarratana, Trans. Ana Ma. Palos. México: Era, [1929-1933].
- Graziano, F. (1992). *Divine Violence: Spectacle, Psychosexuality & Radical Christianity in the Argentine “Dirty War.”* San Francisco: Western Press.
- Grosman, C. (2018). *La alegoría del viajero inmóvil. Utopía y neoliberalismo en el cine latinoamericano*. Prólogo de Lauro Zavala, (Universidad Autónoma Metropolitana, México). Madrid: Ápeiron Ediciones.
- Herlinghaus, H. (2004). *Re narración y descentramiento. Mapas alternativos de la imaginación en América latina*. Madrid: Iberoamericana.
- Jameson, F. (1981). *The Political Unconscious: Narrative as a Socially Symbolic Act*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.
- Levinas, E. (2001). *Existence and existents*. Trans.by Alphonso Lingis. Pittsburgh, Pa.: Duquesne University Press, [1947].
- Maldonado-Torres, N. (2007). Sobre la colonialidad del ser: contribuciones al desarrollo de un concepto. *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*, 127-167.
- Mignolo, W. (2003) “Un ‘paradigma otro’: colonialidad global, pensamiento fronterizo y cosmopolitismo crítico” en *Historias locales - diseños globales: colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo*. Madrid: Akal.
- . (2007). *La idea de América Latina: la herida colonial y la opción decolonial* (No. 930.85 (8)). Gedisa,.
- Moulian, T. (1997). *Chile Actual: Anatomía de un mito*. Santiago, Chile: LOM-ARCIS
- O'Donnell, G. (1992). “Transition, Continuity and Paradoxes” en *Issues in Democratic Consolidation. The New South American Democracies in Comparative Perspective*. Notre Dame, Ind: Helen Kellogg Institute for International Studies by University of Notre Dame Press, pp. 17-55.
- Quijano, A. (2000). “Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina” en Edgardo Lander (ed.) *La Colonialidad del saber: Eurocentrismo y Ciencias Sociales. Perspectivas Latinoamericanas*. Caracas: CLACSO.
- Valenzuela, S. (1992). “Democratic Consolidation and Post-Transitional Settings: Notions, Process and Facilitating Conditions,” en Scott Mainwaring (ed.) *Issues in Democratic Consolidation. The New South American Democracies in Comparative Perspective*. Notre Dame, Ind: Helen Kellogg Institute for International Studies by University of Notre Dame Press, pp. 62- 65.

FRAGMENTOS Y MATICES PARA UNA RECONSTRUCCIÓN DE LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN EN ARGENTINA¹¹¹

Gasquez, M. Gabriela

FCH - UNSL / ggasquez@unsl.edu.ar

El presente trabajo está orientado por un lado, a *reconstruir* los Estudios de Comunicación en Argentina (ECA) desde los artículos que componen la sección central de la Revista N°1 (FADECCOS) y por otro lado, a *interrogar e interpretar* dicha reconstrucción a partir del tópico de la producción cultural.

A partir de esta doble orientación (de reconstrucción y de interrogación/interpretación) se pretende visibilizar y situar concepciones y posibles líneas de abordaje en torno a la producción cultural desde un punto de vista comunicacional. Dicho de otra manera, interesa pensar cuáles son los alcances, límites e implicancias de la reflexión sobre la producción cultural si esta se interroga desde un punto de vista comunicacional.

En cuanto al recorte realizado, cabe destacar que la Revista N° 1 de la Federación Argentina de Carreras de Comunicación (FADECCOS) publicada en el año 2006 aborda, en la Sección Central, el tema de la “Memoria e Identidad de los estudios de comunicación en Argentina”. En dicha sección se reúnen escritos de pensadores e investigadores que han sido invitados, especialmente, para la primera publicación de la Federación. Los trabajos pertenecen a Pablo Alabarces, Mirta Varela, María Cristina Mata, Alicia Entel, Sergio Caletti y Héctor Schmucler.

Investigadores, profesores y pensadores cuya trayectoria es reconocida en el campo académico de la comunicación. Reconocimiento cuyo argumento se establece aquí por un lado, a partir de la labor académica que han realizado como profesores y por otro lado, tomando en cuenta la “producción editorial de importancia referida a algunos de los tópicos que dan sentido a la memoria del campo de los estudios de comunicación en el país” (Grillo, 2006, p.9).

Así, nos encontramos ante escritos que recorren problemáticas, debates, concepciones comunicacionales

111 El presente trabajo se inscribe en el Proyecto de Investigación (PROICO N° 04-0218. FCH. UNSL). Estudios de comunicación en Argentina. Trayectos y abordajes en torno a la producción cultural. Dir. M. G. Gasquez.

y corrientes de pensamiento que configuran el campo; configuración que muestra sus matices desde la orientación y memoria que cada uno de los autores construye. De modo tal que los temas de investigación, las experiencias, discusiones e ideas expuestas permiten comprender tanto la dinámica de funcionamiento del campo: sus recurrencias, orientaciones, recortes y tensiones cuanto los procesos histórico-políticos y culturales que coadyuvaban a tramarlo.

Para llevar adelante esta propuesta de trabajo nos detenemos, en una primera instancia, en la lectura y análisis de los seis escritos que integran la sección central de la revista y nos abocamos a la revisión de los ejes y problemas que cada autor anota.

Así, el trabajo de Pablo Alabarces nos permite reconstruir los ECA desde su interés por la cultura popular. Inquietud que lo lleva a situar a los estudios sobre cultura popular en Argentina en vinculación con los Estudios Culturales británicos. Sin embargo, el destino de los mismos estará atravesado en nuestro país por la dictadura de 1976, hecho que, siguiendo a Alabarces, confinará esta propuesta al silencio.

Por su parte, Mirta Varela aporta elementos para pensar nuestra reconstrucción desde la relación que establece entre televisión e intelectuales y cuya relación la lleva a considerar que la consolidación de la televisión en Argentina es contemporánea y se entrelaza con la conformación de un campo de estudios en comunicación y cultura, es decir que: “En la Argentina el capítulo de la historia intelectual nos lleva al momento de emergencia de los estudios dedicados a los medios de comunicación” (2006, p.43).

María Cristina Mata aborda el tema de la memoria e identidad de los estudios de comunicación desde el eje de la investigación, la elección de ciertos objetos de estudio y los mecanismos de los procesos de investigación que configuran la práctica investigativa tanto a nivel político como social y que en el ámbito académico evidencia una institucionalización investigativa débil, entre otros aspectos, por la ausencia de visibilidad. Desde allí sostiene que el problema de la investigación está dado por la “pobreza de la reflexión sobre el contexto institucional de la producción científica en el campo de la comunicación” (Fuentes Navarro y Vasallo citados por Mata, 2006, p.59). Aspecto que trabaja desde una doble dimensión: una, la que se vincula a la ausencia de reflexión sobre los mecanismos y los procesos institucionales dentro de los proyectos de investigación y otra, vinculada a la escasa incidencia práctica de las investigaciones en comunicación. Dimensiones que, para la autora, están en la base de lo que ocurre en investigación en comunicación en Argentina.

Alicia Entel parte de considerar que los estudios de

Comunicación en América Latina han tenido “carácter predictivo y asumieron con fuerza el papel estratégico que de hecho poseen las comunicaciones masivas en las interacciones políticas y sociales del capitalismo tardío” (2006,p.67). Desde esta consideración y teniendo además en cuenta “la compartimentación disciplinar” propia de la comunicación que la sitúa en vinculación con variadas perspectivas y áreas, la autora se detiene en diferentes momentos y particularidades que las carreras adoptan, a la vez que contribuye a reconocer saberes y sentidos en torno a la comunicación

La propuesta de Sergio Caletti está orientada a problematizar la formación en comunicación y el ejercicio profesional. Allí destaca que el análisis de los planes de las carreras ha permanecido en el campo disciplinar como parte de su discusión, situación que lo constituye en un tema sostenido de la agenda académica.

Finalmente, el trabajo de reconstrucción de la memoria que lleva a cabo Héctor Schmucler reúne experiencias, ideas y proyectos que enlaza con las circunstancias y problemáticas de cada una de las épocas aludidas. No se trata, como en alguno de los casos precedentes, de una mirada que jerarquice un objeto o tema, sino de una construcción que “compromete de manera más o menos manifiesta la biografía de quien recuerda” (2006,p.87). Destacamos de esta propuesta la imposibilidad de afirmar y establecer, para el campo de la comunicación, una identidad.

Luego de este recorrido es posible sostener que cada uno de los artículos aporta elementos para la reconstrucción de los ECA que, desde la jerarquización de un aspecto o problemática, contribuyen a demarcar y caracterizar las tendencias y dinámicas propias del área de la comunicación. Si bien, en los escritos, existen elementos comunes (medios, televisión, discursos, textos, prácticas), así como procesos (conformación, institucionalización, reconocimiento, legitimación, fragmentación, transformación) y dimensiones o ámbitos (académico, cultural, mediático) compartidos los modos en que se propone la vinculación y/o la diferenciación entre las dimensiones y aspectos encuentra sus matices.

En una segunda instancia y a partir de un recorte de lectura que operamos en los textos recuperamos fragmentos de discursos que condensan aspectos que aluden a la producción cultural. Para ello acudimos a la propuesta de Roland Barthes en torno al fragmento en tanto permite pensar, en un mismo movimiento, diversos aspectos relativos a: el método (“sostener” sin imponer) y a su potencialidad como lógica de pensamiento, lectura y escritura, en tanto posibilita lo discontinuo, rehúye a la totalización e impide el sentido único.

En síntesis, trabajamos con fragmentos de los diferentes artículos, recortes que operamos en la instancia de

lectura y que nos llevan a realizar distintos recorridos en vinculación con el tema delimitado.

Bibliografía

- AA.VV (2006). *Revista Argentina de Comunicación* (1), Identidad y memoria en los Estudios de Comunicación en Argentina. FADECCOS. Buenos Aires: Prometeo.
- Barthes, R. (2002). *Fragments de un discurso amoroso*. México: Siglo XXI
- (2005). *El grano de la voz. Entrevistas 1962-1980*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- (2011). *El discurso amoroso*. Madrid: Paidós.

REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS DE LA CONSULTA PREVIA, LIBRE, E INFORMADA EN EL GOBIERNO DE JUJUY

Carrillo, Claudia Lorena

UNJ / ninan.carrillo@gmail.com

381 

Palabras claves: pueblos indígenas; derecho de consulta; representaciones; Salinas Grandes; Jujuy

El Derecho de Consulta Libre, Previo e Informado (C.P.L.I.) descripto en el Artículo 6 del Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (O.I.T.) es habitualmente estudiado desde el análisis jurídico. Desde ésta perspectiva, encontramos trabajos que refieren a la antinomia entre el derecho individual y los derechos colectivos¹¹²; y que analizan el derecho a la participación de beneficios en la explotación de los recursos naturales en base al derecho de consulta¹¹³. Sin embargo, los autores que abordan el Derecho a la C.P.L.I. desde la disciplina jurídica, no incluyen un análisis exhaustivo de

112 Carmona Caldera Cristóbal (2013)

113 Barros Sepúlveda María Gabriela. (2019)

los procesos de participación y decisión de consulta, es decir, la forma en la que el procedimiento se lleva a cabo.

De modo que analizar la acción participativa, entendida como aquella que *promueve que las personas afectadas por los problemas participen tanto en su definición como en su solución a través de la acción social organizada*¹¹⁴, y los ámbitos de decisión desde las Ciencias de la Comunicación es una tarea pendiente. Es por ello que ésta investigación parte desde un enfoque de las representaciones sociales para estudiar este problema. Nos proponemos analizar cómo el gobierno provincial representa a la consulta en Pueblos Indígenas de Jujuy en relación al conflicto por la falta de aplicación de la Consulta Previa, Libre e Informada en los proyectos de exploración y explotación del litio de las Comunidades Indígenas de Salinas Grandes y Laguna de Guayatayoc.

Los datos son sistematizados e interpretados desde una metodología cualitativa a partir de la aplicación de análisis del discurso y de contenido. Utilizamos como fuente la recopilación de noticias publicadas en el sitio web oficial del gobierno de la provincia de Jujuy referidas a la Consulta Previa, Libre e Informada.

Se realizó un análisis contenido de las publicaciones noticiosas con el fin de indagar sobre los elementos que conforman la representación social que el gobierno construye sobre la aplicación de la C.P.L.I. se concluye que el gobierno representa la consulta como un proceso donde el diálogo es constante, según el discurso del gobierno, este ha cumplimentado con las formas de consultar aunque no menciona las formas por las que habría llegado a ello, por lo general solo se mencionan asambleas y reuniones con representantes de las comunidades. Mención aparte merece las ideas de desarrollo y trabajo que traerían aparejado la explotación del litio además de ser el “oro blanco” que traería mejoras en la economía provincial. Los conflictos son presentados como sucesos aislados, desacuerdos que busca minimizar y/o ignorar a través de la individualización de quienes manifiestan el rechazo a los proyectos extractivos en el territorio de Salinas Grandes.

Artículos de revista científicas

Barros Sepúlveda María Gabriela. Estudios Constitucionales, Año 17, N° 1, 2019, pp. 151-188 ISSN 07180195 Centro de Estudios Constitucionales de Chile Universidad de Talca “La participación en los beneficios para los pueblos indígenas, recursos naturales y consentimiento previo, libre e informado”.

Carmona Caldera Cristóbal : “La aplicación del derecho a consulta del Convenio 169 de la OIT en Chile. Hacia una definición de su contenido sustantivo:

114 Montenegro, M. (2004a)

afectación e instituciones representativas”, en Tesis de maestría año académico 2012: Cristóbal Carmona Caldera y Ricardo José Miranda Rivero, Access Group, 2013, Buenos Aires.

Montenegro, M. (2004a), La investigación acción participativa. En: G. Musitu, J. Herrero, Cantera L.& M. Montenegro (Eds.) Introducción a la Psicología Comunitaria. Barcelona: UOC.

¿QUÉ ES LA INNOVACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES EN EL DISCURSO DE LA UNC?: EL LUGAR DE LA COMUNICACIÓN

Zuccarino, César Rogelio

FCC - UNC / cesar.zuccarino@gmail.com

Palabras claves: innovación; comunicación; ciencias sociales ; discurso ; UNC

Este trabajo se desprende de las actividades que enmarca el proyecto de investigación “*La innovación como concepto y como práctica en la Educación Superior. Una aproximación a las visiones que sustentan la vinculación y la transferencia de conocimiento orientadas a la innovación*”.

Aquí se intenta argumentar alrededor de tres primeras hipótesis que emergen de diversas lecturas e indagaciones del “corpus” que compuso el proyecto de investigación.

Para ordenar la exposición, es necesario comentar al lector que nuestro objetivo es “Comprender las visiones sobre innovación que orientan las prácticas de transferencia y/o vinculación en la Universidad Nacional de Córdoba, desde las conceptualizaciones y experiencias del área de ciencias sociales y humanas de la institución, en el período 2008-2018.”

En principio, diremos que la idea de innovación supone “de base” algo *nuevo, creativo*, respecto de una instancia “anterior”, ya sea en términos de productos o de procesos. Al incorporar la idea de innovación al campo de las ciencias sociales y humanas, surgen preguntas como: ¿quiénes son sus *destinatarios*, quienes participan

(actores) y quienes “portan” (agentes) en una *economía política* del conocimiento y del capital simbólico, los procesos de innovación?.

En virtud de lo anterior, las tres hipótesis que vertebran este ensayo, se desarrollan en los subtítulos subsiguientes.

1 - La enunciación sobre innovación de la UNC se edifica en la formación discursiva (“ecosistema”) científico académica dominante.

Hablar de “formación discursiva” promueve reconocer un “mapa de discursos”. Esta tarea denota el axioma de que el análisis que nos ocupa es insuficiente si se parte sólo de una etimología, una genealogía o de definiciones, al no contemplar *sistémicamente* el complejo en el cual se produce una enunciación particular - en este caso - la de la Universidad Nacional de Córdoba sobre innovación.

En línea con esto, resulta valioso poder deconstruir el significado de Innovación en las áreas de ciencias sociales y humanas atendiendo a algo así como los “co - textos” o formaciones (Foucault, 2006) “paratextuales”, todo lo cual conforma un “ecosistema” de enunciados, una verdadera *episteme* (Foucault: 2006) sobre innovación desde la UNC.

De modo “arbitrario” pero en virtud de su “peso” en el mundo científico - académico, se recuperan metodológicamente las “agendas” de diversos organismos “representativos” .

En primer lugar hay que decir que al momento de realizar estas reflexiones, desde Alemania se ha anunciado la era de la industria 4.0. El término se refiere a “un nuevo modelo de organización y de control de la cadena de valor a través del ciclo de vida del producto y a lo largo de los sistemas de fabricación apoyado y hecho posible por las tecnologías de la información. (...) En definitiva se trata de la aplicación a la industria del modelo “Internet de las cosas” (IoT). El “nuevo” modo de producción se encuentran así en un proceso de transformación digital, una “revolución industrial” producida por el avance de las tecnologías de la información y, particularmente, de la informática y el software.” (Val Román, 2016).

Este nuevo modelo de orden social que reorganiza los medios de producción y las fuerzas productivas, presupone otros desarrollos en paralelo¹¹⁵ que le son

115 hablamos de las “nano” ciencias, energías renovables, robots avanzados (robots industriales autónomos, sensores integrados, interfaces estandarizadas), Internet industrial (red de máquinas y productos, comunicación multidireccional entre objetos de la red), simulación (simulación y optimización de redes basadas en tiempo real), cloud y ciberseguridad (administración de grandes volúmenes de datos en sistemas

condición de posibilidad y resulta llamativo que estos mismos ocupen un lugar de preeminencia (y de interés) en agendas, convocatorias, reconocimientos académico científicos, entre los cuales la UNC no es la excepción.

Volviendo a las instituciones “recuperadas” para el análisis, se estudiaron los casos de:

- el Ministerio de Producción a través de las secretarías de Transformación Productiva y de Pymes y Emprendedores
- la creación del Plan Industria Argentina 4.0
- el Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología (el cual se extiende nominalmente a de “Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva”).
- CONICET , en su “Convocatoria Temáticas Estratégicas” y en particular “Noticias sobre innovación y desarrollo tecnológico”
- en el ámbito provincial, la Agencia Córdoba Innovar y Emprender
- la Subsecretaría de Innovación, Transferencia y Vinculación Tecnológica de la UNC. (Bajo su órbita desarrollan sus actividades: la Oficina de Innovación Tecnológica, la Oficina de Propiedad Intelectual, el Programa de Valorización del Conocimiento y la Incubadora de Empresas UNC).

En síntesis, el repaso de las actividades de estos organismos revela que el ecosistema académico científico y de políticas de conocimiento comparten una concepción sobre “innovación” que la deja “pegada” a las áreas de interés que determinan las agendas internacionales respecto de las transformaciones del modo de producción. En este sentido, el foco está puesto en el modelo de la industria 4.0 y se desinteresa por los posibles aportes que las ciencias sociales y humanas pueden realizar, ya sea para generar las condiciones que favorezcan el desarrollo de dichas agendas, como para garantizar las instancias críticas que anticipen riesgos y perjuicios.

En este sentido, la UNC adhiere al “canon dominante” de enunciación sobre Innovación, fortaleciendo cierta “estructura de sentimiento” cuando hablamos de procesos de innovación, en un sentido “inocuo”, tecnocrático y acrítico, que deja fuera muchas dimensiones y preguntas.

2 - Los desarrollos en el área de ciencias sociales y humanas educativas de la UNC no componen la enunciación sobre innovación (ni de las políticas sobre innovación) de la Institución aunque en términos de abiertos), manufactura aditiva (impresión 3D), realidad aumentada, integración vertical y horizontal y big data y analítica, etc.

los efectos perlocutivos, son las propuestas educativas “innovadoras” las que más se destacan.

Desde hace varios años las teorías que componen los estudios de análisis del discurso señalan que conceptos como los de “intención”, “efecto”, “verdad”, no alcanzan para explicar la complejidad de los procesos de enunciación ni los fenómenos discursivos. Fundamentalmente y gracias a los aportes de la teoría de la acción discursiva, desde hace un tiempo no hablamos de “intención” de la enunciación sino más bien de “fuerza ilocucionaria” y que los efectos de las enunciaciones no son meras “constataciones de información” (Lozano, Peña Marín, Abril) ni reflejos “automáticos” y por esto es que se habla de “efectos perlocutivos” en tanto que acciones o efectos prácticos que evidencian sentidos, producto de la recepción como proceso activo - creativo, de negociaciones entre locutores y alocutores.

Es por esto que preguntarse por el sentido de “innovación” en el área de ciencias sociales y humanas de la UNC, puede ser respondido observando los efectos perlocutivos que esta promueve y que, a pesar de ser “silenciada” en los enunciados, resulte visible en actualizaciones empíricas prácticas. En otras palabras, el sentido de “innovación” se ejecuta, revela y verifica a través de sus efectos empíricos.

A pesar de la fuerte presencia de disciplinas científicas privilegiadas por la industria 4.0, en el caso de la UNC podemos agregar otras experiencias que no componen esta trama pero sin embargo se divulgan como “punta de lanza” de sus políticas de innovación:

- la creación del campus virtual de la UNC
- el Programa Universidades Populares (2017) de la Secretaría de Extensión de la Universidad Nacional de Córdoba.¹¹⁶

3 - Más allá del antecedente histórico en referencia a experiencias de Universidad Popular, hablar de “lo popular” en educación superior, adjetiva/cualifica en la UNC un enfoque y un destinatario para los cuales el saber científico aún les es privativo.

Seguridad vial, andar en bicicleta (“UNC sobre ruedas”), jardín vertical y cuadros vivos, ajedrez, idóneo en electricidad, introducción de peluquería, Introducción

116 tiene como finalidad principal rescatar y poner en valor la valiosa experiencia de la figura de las universidades populares, instituciones de larga historia y recorrido en el mundo y también en nuestro país. Resuenan aquí las experiencias educativas previas a la creación de la UTN. Un nuevo destinatario: los sujetos “populares”, la promoción del conocimiento a través de la formación en oficios y en convenio con el gobierno de la provincia de Córdoba, para el fomento de “polos” educativos en zonas “rezagadas” en términos de desarrollo.

en informática, forman parte de la propuesta formativa del campus Virtual de la UNC. Por otra vía, la UNC ofrece cursos de jerarquía “internacional” on line (por convenios), con acreditación optativa vía pago en dólares¹¹⁷.

Es decir que aparentemente y en principio, en la UNC existe un Corpus para el cual determinadas subjetividades aún (no) se “corresponden”. Así las cosas, los sujetos “populares” estarían más asociados al artesanado y los oficios, mientras que el saber científico “elevado” queda del lado de intelectuales, especialistas y sujetos de la “burguesía”, garantes del desarrollo del nuevo modelo social encarnado en la industria 4.0.

Conclusiones

Para responder la pregunta ¿Qué es la innovación en ciencias sociales en el discurso de la UNC?, hemos planteado 3 hipótesis que corresponden al lugar de conformación semántica del significante en el “mapa discursivo” dominante en tanto que formación. Seguidamente, los enunciados de esta no comprenden o “desatienden” los desarrollos de las ciencias sociales y humanas para priorizar y alentar los de áreas - disciplinas “duras”, soportes del modelo socio productivo de industria 4.0. Finalmente y en continuidad con lo anterior, nos referimos a los enunciados sobre innovación de la UNC que desatienden los desarrollos educativos en marcha, a pesar de que sus efectos perlocutivos (práctico - empíricos) denotan el sentido “eficiente” que asume el concepto de “innovación” de la institución.

Todo lo desarrollado conduce a sostener la crítica a un discurso dominante que favorece áreas determinadas de conocimiento, ignorando las sociales y humanas; fagocitando agendas político institucionales y epistémicas, en adhesión - finalmente - a transformaciones del orden social y el modelo de producción. La comunicación, en este marco, aparece relegada a sus funciones “difusionista” y de divulgación, interpelando a los intelectuales del campo de las ciencias sociales y humanas a defender una concepción de la innovación en plural. De ahí que la insistencia en hablar de *innovaciones*, adquiere un estatuto político que se resiste a sentidos monolíticos y unívocos.

Bibliografía

DEL VAL ROMÁN, José Luis. Industria 4.0: la transformación digital de la industria. [Recuperado mayo 2019 en <http://coddii.org/wp-content/uploads/2016/10/>

117 esta “monetización” y su tipo son elocuentes respecto de las características del sujeto destinatario de estas ofertas

[Informe-CODDII-Industria-4.0.pdf]

ECHEVARRÍA, Javier (2017). El arte de innovar. Naturalezas, lenguajes, sociedades. Madrid: Plaza y Valdés Editores.

FOUCAULT, Michel (2006). La Arqueología del saber. SXXI. Buenos Aires.

(2006), Las palabras y las cosas. SXXI. Buenos Aires.

GODIN, B. (2013). Science, technology and innovation. The idea of innovation. Recuperado en 31 de Mayo de 2018 de, <http://www.csiic.ca/innovation.html>

LOZANO, PEÑA - MARÍN, ABRIL. (2004). Análisis del discurso. Cátedra. Barcelona.

INNOVACIÓN EN TIEMPOS DE CRISIS

Manavella, Fernanda

FA - UNC / fermanavella@hotmail.com

Palabras claves: investigación; ciencias sociales; educación superior; sociedad; interacción

Este trabajo muestra avances teóricos en el marco de un proyecto de investigación que tiene como meta comprender los conceptos y las prácticas que sustentan la noción de innovación de los diversos agentes institucionales vinculados a la Educación Superior.

En esta ocasión realizaré un análisis sobre la relación de la Innovación con la Sociedad en épocas de crisis, y la transferencia e interacción de la Academia con la Sociedad. Me cuestiono sobre ¿Qué sucede en una sociedad que atraviesa una crisis socio-económica?, también ¿Cómo reaccionamos los investigadores, y más específicamente los investigadores de las Ciencias Sociales ante esta realidad?, y por último ¿Se puede innovar en tiempos de crisis?

Considerando que la innovación se ha convertido en un emblema de la sociedad moderna y una panacea para resolver muchos problemas, considero que un contexto socio económico y político complejo puede permitir replantearnos algunos intercambios, algunas

interacciones e influenciar positivamente en la configuración de las agendas de investigación y de la relación academia-sociedad.

Innovación en tiempos de crisis

La innovación está en todas partes. En el mundo de los bienes (tecnología), pero también en el mundo de las palabras: la innovación se discute en la literatura científica y técnica, pero también en las ciencias sociales como la historia, la sociología, la gestión y la economía. La innovación es una idea central en el imaginario popular, en los medios y en las políticas públicas (sobre todo en Argentina, en donde las Universidades y empresas privadas aún no invierten considerablemente en Innovación y Desarrollo). En resumen, la innovación se ha convertido en el emblema de la sociedad moderna y una panacea para resolver muchos problemas, pero ¿Qué sucede en una sociedad que atraviesa una crisis socio-económica? ¿Cómo reaccionan los investigadores, y más específicamente los investigadores de las Ciencias Sociales? ¿Se puede innovar en tiempos de crisis?

La innovación como concepto histórico ha evolucionado desde tiempos remotos, llegando en la actualidad a ocupar un espacio central en la Investigación y el Desarrollo, ante esta realidad desde el proyecto “La innovación como concepto y como práctica en la Educación Superior. Una aproximación a las visiones que sustentan la vinculación y la transferencia de conocimiento orientadas a la innovación”, trabajamos en el análisis de las visiones acerca del concepto de innovación que orientan diversos proyectos de investigación: artísticos, educativos, de extensión, productivos, las prácticas y modalidades de transferencia de conocimiento de los investigadores y en la indagación de las dimensiones axiológicas, metodológicas y teóricas que se proponen, a fin de reflexionar críticamente sobre el vínculo que construyen con diversos agentes económicos y sociales. Especialmente en tres campos interdisciplinarios: educación, tecnología y comunicación.

Como hipótesis de trabajo se sostiene que estas visiones están configurando perspectivas locales y/o regionales que permitirían reconocer tensiones dentro de las orientaciones que pujan en la definición del paradigma del Desarrollo Sostenible en la actualidad, de la configuración de las agendas de investigación y de la relación academia-sociedad. Como postula Javier Echeverría en su texto “El Arte de Innovar. Naturalezas, Lenguajes, Sociedades”; “El arte de Innovar es plural. Puede tener su origen en una idea creativa, pero la innovación es más compleja que la invención”, pero entonces ¿Qué es o qué significa Innovar? Volviendo a Echeverría como fuente, podemos decir que: “Las innovaciones quedarán caracterizadas como procesos interactivos que generan algo nuevo,

transformador y valioso en sistemas y entornos determinados, sean estos físicos-químicos, geológicos, biológicos, medioambientales, económicos, tecnológicos, científicos, sociales, políticos o jurídicos, sin excluir los entornos militares, ni religiosos, donde la definición propuesta también tiene sentido” (Echeverría 2017, p.21). En el texto de Javier Echeverría se establece un recorrido y análisis de la innovación, sus significados y la proyección de ampliar los mismos, saliendo de la clásica definición orientada a las empresas y los mercados. En el proceso de ampliar la “definición de innovación y posibilitar otras miradas” en el mismo texto se incluyen las innovaciones sociales y la definición de la Young Foundation Británica, entidad que la define de la siguiente manera: “actividades y servicios que surgen para satisfacer necesidades sociales y son desarrolladas y difundidas por organizaciones cuyos objetivos son prioritariamente sociales” (Mulgan 2007, p. 8), esta definición es citada con frecuencia en documentos oficiales en toda Europa, pero no deja de estar limitada ya que plantea que las únicas innovaciones son las que resultan de acciones intencionales, por lo cual el autor se plantea otro interrogante ¿Qué sucede con las innovaciones naturales?.

Ante este abanico que se abre y parece no tener límites en opciones y amplitud surge que los estudios relacionados con la innovación aún están siendo delimitados, y siguen creciendo en extensión y diversidad; son procesos complejos y su estructura requiere un análisis bastante difícil de desarrollar, ya se sabe que debe distinguirse innovación de novedad, plantearse si la innovación aporta algo positivo y si suma o no (generalmente se considera la innovación como una mejora, Echeverría plantea que desde su punto de vista las innovaciones suelen ser beneficiosas para unos y perjudiciales para otros) y así seguimos ampliando el abanico.

La lectura de material para la elaboración de este trabajo me llevó a pensar si es posible innovar en tiempos de crisis, si es posible innovar en Ciencias Sociales (en el ámbito de la UNC) en tiempos como el actual, en los que la educación superior y la investigación en ciencia y tecnología transitan momentos difíciles debido a recortes presupuestarios y a la crisis económica.

¿Es posible la innovación en tiempos de crisis?, están los investigadores Argentinos y más precisamente los de UNC preparados para producir e innovar en la actualidad, más allá del contexto socio-económico que toca atravesar, pues si bien en este proyecto se trabaja específicamente la Innovación en las Ciencias Sociales, puede considerarse que un contexto poco favorecedor puede influenciar negativamente en todo tipo de proceso de producción, creación, investigación y mejora.

El proyecto marco tiene como meta comprender los conceptos y las prácticas que sustentan la noción de innovación de los diversos agentes institucionales

vinculados a la Educación Superior. Especialmente, propone estudiar las visiones sobre innovación que orientan las prácticas de transferencia y/o vinculación desde el aporte de las ciencias sociales y humanas en el ámbito de la Universidad Nacional de Córdoba en el período 2008-2018.

El desarrollo científico y tecnológico podría ser un trampolín para la economía argentina, pero se requieren políticas a largo plazo por parte del Estado que alienten la inversión privada. No alcanza con pensar a corto plazo, el capital humano está y podría beneficiar a los sectores más importantes de la economía nacional que hoy pierden.

Pero entonces... ¿Se puede innovar en un contexto de crisis? A decir verdad, en un país de tantas urgencias como el nuestro, la importancia del desarrollo de proyectos de I+D no encuentra en la agenda (pública y privada) el lugar que merece, aunque es crucial para la expansión de la economía, ya que permite la optimización de recursos y una mayor productividad. Retomando el cuestionamiento anterior concluimos que sí se puede innovar en épocas de crisis, sin dudas en contextos truculentos o menos estables el ingenio, las novedades y la búsqueda y aporte de soluciones son ejes importantes. Épocas de crisis requieren de ajustes y replanteos, pero también de interacción; y es en este punto donde me planteo una duda respecto de la relación Sociedad/Universidad, ¿estamos escuchando a la sociedad, siendo parte real de lo que la sociedad requiere, demanda y necesita? El acercamiento, la empatía y la retroalimentación son totalmente necesarias para hablar de innovación social, y llevan a concluir que es muy importante estrechar lazos entre sociedad y universidad, es necesario resolver algunas cuestiones y acercarse a la problemática social, debemos entender a la educación como un proceso social en sí mismo y como un elemento capaz de transformar realidades. La interacción es otro término que Echeverría acerca al de innovación, destacando la importancia de la misma en la relación con usuarios y consumidores (Innovación/Facultad/Sociedad), y los vínculos entre los diversos puntos que facilitan la innovación, porque permiten “compartir y transferir conocimiento, gracias a los espacios interactivos de aprendizaje que surgen en los sistemas de innovación” (Echeverría 2017, p 45), en la crisis los usuarios demandan soluciones y novedades que les permitan transitarla de mejor manera. Y aunque cueste más trabajar en contextos de crisis, es en estos períodos históricos cuando se vuelve más necesario hacerlo, una cosa es hablar de innovación y otra desarrollar esa acción en un contexto poco favorable, pero las opciones posibles son quedarse quieto evaluando que sucede y cuando acaba la crisis o comenzar a producir cambios pensando en avances que ayuden en tiempos de crisis, avances que permitan sobrevivir a la crisis, aportes que permitan superar algunas crisis.

Bibliografía

Echeverría, J. (2017). “El Arte de Innovar. Naturalezas, Lenguajes, Sociedades” (Primera Edición). España: Plaza y Valdés.

Proyecto: La innovación como concepto y como práctica en la Educación Superior. Una aproximación a las visiones que sustentan la vinculación y la transferencia de conocimiento orientadas a la innovación (2018-2021)

EL CUIDADO DE NIÑAS Y NIÑOS EN LA PUBLICIDAD TELEVISIVA.

PROPUESTA DE ABORDAJE

Vallejos, Mariángeles

CEREN - Comisión de

Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires / mariangelesvallejos@gmail.com

Palabras claves: publicidades; escenas; cuidado; niños/as; análisis; metodología

Introducción

En el presente estudio, se busca aportar una propuesta de abordaje del discurso publicitario para analizar, en particular, aquellos anuncios que utilizan escenas de cuidado de niñas y niños como elemento narrativo para promocionar un producto/servicio.

Se comprenderá, en este marco, al cuidado como una dimensión central del bienestar y del desarrollo humano (Esquivel, Faur, & Jelin, 2012). Pensar en cuidado, por tanto, implica reconocer actividades y relaciones orientadas a alcanzar los requerimientos físicos y emocionales de niños/as y adultos/as, así como los marcos normativos, económicos y sociales dentro de los cuales éstas son asignadas y llevadas a cabo (Daly & Lewis, 2000).

El presente trabajo toma la perspectiva de la organización social del cuidado entendiéndola como la configuración que se desarrolla mediante las instituciones que regulan y proveen servicios de cuidado de niños/as, así como de sus resultados en el modo en que los sujetos pertenecientes

a diversas clases sociales y género se benefician del mismo. Este tipo de organización incluye a las familias, al Estado, el mercado y las organizaciones de la sociedad civil, todos entendidos como dadores de cuidado. Este tipo de ordenación pone de manifiesto la dinámica y la interdependencia entre factores estructurales, tendencias políticas e ideológicas y cierto ‘estado de la cultura’. Cabe decir que el accionar de esos entes en el cuidado de niñas y niños, según Pérez Orozco (2006), se manifiesta en redes de cuidado donde se reconocen encadenamientos múltiples y no lineales entre los citados actores.

Como se dijo, se observará el cuidado en el discurso publicitario. Abordar el discurso publicitario implica indagar una parte sustancial de los medios de comunicación ya que representan su fuente de financiamiento. Como afirma Antonio Caro(1994) “no existe publicidad sin medios. Pero también vale decir que no existen medios sin publicidad”. Lo anterior, implica que la publicidad es un instrumento de fines económicos pero, al mismo tiempo, constituye un conjunto de signos y un objeto sociocultural (González Martín, 1996) por lo que puede ser analizada desde las contribuciones de la Comunicación y las Ciencias Sociales.

Abordaje

El abordaje se realiza sobre un corpus de 33 anuncios publicitarios correspondientes a 24 horas de un día típico, emitidos en los cinco canales de aire de la TV abierta argentina¹¹⁸ lo que sumó un total de 120 horas de programación. La fecha seleccionada fue el 7 de junio de 2017, la cual se presentaba no intervenida por ninguna fecha comercial asociada al público infantil como pueden ser el día del niño, navidad, o el comienzo de las clases. Para conformar el corpus se discriminó por escena representada, en este caso, asociadas al cuidado de niñas y niños. En cuanto al encuadre metodológico, se utilizó la perspectiva cualitativa por medio del análisis documental (Valles, 2000).

1. Aspectos formales, personajes y espacio

Como primera aproximación a los comerciales, se analizaron las escenas de cuidado mediante el registro de los siguientes elementos:

- 1- Aspectos formales: marca, producto, duración, música, descripción de la escena, slogan, presencia de videograph o placa.
- 2- Presencia de niñas y niños en los comerciales

3- Presencia de representantes del mundo adulto¹¹⁹ que comparten escena con las/os niñas/os durante el comercial: madres-padres-abuelos-familia completa-no familias¹²⁰.

4- Análisis espacial, lugares donde transcurren los comerciales: casa, auto, parque, vía pública.

Esta forma de aproximación consistió en reconocer escenas que incluían a representantes del mundo adulto en ejecución de acciones de cuidado y donde quedaba bien explicitada

que dicha tarea estaba orientada a un niño, una niña o conjunto de éstos.

Se posibilitó realizar un registro para reconocer a los/as cuidadores/as con más apariciones

en ese rol y así observar frecuencias, por ejemplo, de madres cuidadoras, padres

cuidadores, entes estatales dadores de cuidado, etc. Se logró, de esta manera, ver las

formas de participación en el cuidado de los distintos actores que conforman las redes de

cuidado.

Se puede reconocer, a su vez, si esa representación alude a imperativos culturales como puede ser la madre-cuidadora con mayor representación en el corpus, lo que sostendría el mito de que la mujer, por su capacidad de gestar, es “la mejor cuidadora posible” (Faur, 2014).

2. Formas de cuidado.

En este segundo nivel se pone el foco en las acciones de parte del mundo adulto y se reconocen las formas de cuidado como aparecen en las publicidades del corpus. En este caso, se distingue cuidado material e inmaterial (Pérez Orozco, 2006), cuidado directo e indirecto (Razavi, 2007) y cuidado de tiempo simple y cuidado con simultaneidad (Esquivel et al., 2012).

1.

-Cuidado material: se trata del cuidado que se realiza

119 Como se dijo, las tareas de cuidado pueden ser brindadas por la familia, el Estado, el mercado o las organizaciones de la sociedad civil. Esta diversidad de entes se agruparán bajo la denominación “mundo adulto” para reconocerlos dentro de la responsabilidad del cuidado. A su vez, la categoría funciona para diferenciarlos de la niñez.

120 La denominación “no familia” agrupa a cuidadores de ámbitos diferentes a los familiares como son el mercado, las organizaciones de la sociedad civil y el Estado.

para satisfacer una necesidad fisiológica y en función de preservar la salud del sujeto que recibe los cuidados.

-Cuidado inmaterial: se trata del cuidado vinculado a las relaciones y cuyo objeto es afectivo.

2.

-Cuidado directo: cuidado sobre los cuerpos y la salud de niñas y niños, lo que podría incluir: alimentar, bañar, acompañar a una consulta médica, estimular por medio de conversación o juegos.

-Cuidado indirecto: acciones que se hacen previas al cuidado de niñas y niños, por ejemplo: limpiar la casa, lavar la ropa, hacer las compras.

3.

-Cuidado de tiempo simple: tiempo destinado exclusivamente al cuidado de niñas y niños

-Cuidado de tiempo con simultaneidad: el cuidado se superpone a otras actividades en un mismo periodo de tiempo.

Estos elementos, permiten una desagregación de los anuncios que, más allá de su corta duración¹²¹, pueden mostrar variedad de aspectos para ser analizados en esta clave. Cabe aclarar que estos elementos se exponen según la anterior clasificación a los fines analíticos y como una manera de abordar el corpus. El cuidado, tanto en la publicidad como en una situación de la vida real, se muestra intervenido por más de una de las formas de cuidado donde éstas pueden identificarse en mayores o menores grados.

3. Dimensión simbólica

El objetivo primordial de la publicidad, afirma Antonio Caro (2014), consiste en dotar a las marcas de una significación específica, que las haga distinguirse en términos favorables de la competencia y les proporcione como resultado unas determinadas expectativas de consumo. En el tercer nivel, se presenta al cuidado mediante una asociación simbólica a diferentes situaciones que se dan entre personajes. A continuación, se muestran tres categorías -de elaboración propia- que surgen del abordaje del corpus gracias a reconocer una reiteración de escenas de este tipo, por ello, es significativo recuperarlas como eje de análisis. En estas escenas, se muestra al cuidado como:

1. Saber-hacer: la escena se centra en dos adultos/as y se muestran distintas formas de cuidar y de

121 El promedio aproximado de cada publicidad es de 30 segundos.

concebir el cuidado. Se reconocen diálogos que refieren a los/as niños/as pero quienes están en el centro de la escena son los/as adultos/as y el uso que hacen de un producto a la hora de cuidar.

2. Código interno: la publicidad construye un subtexto que indica que los/as protagonistas del anuncio (adulto/a y niño/a) manejan un código propio del vínculo que los enlaza. El producto colabora en ese lazo particular.
3. Cuidadores/as como objeto de imitación: aquí se pone en el centro cierta admiración de los/as niños/as por sus cuidadores/as. Se reconocen en las escenas acciones de copia por parte de los/as niños de la acción que hacen los/as adultos/as mientras usan el producto publicitado.

Estas tres posibilidades, extraídas de escenificaciones recurrentes en el corpus, permiten dar cuenta de los aspectos con los cuales se busca asociar al cuidado en términos simbólicos. La distinción del producto frente a otros que apunten a lo mismo, en este caso, puede estar dada por diferentes situaciones vinculadas al cuidado que se muestran en la publicidad.

Algunas reflexiones finales

A partir del presente trabajo se buscó aportar un modo de análisis del discurso publicitario que permite reconocer diferentes elementos dentro de las publicidades televisivas que usan al cuidado de niñas y niños como elemento narrativo.

Este abordaje se presenta de forma secuencial con un desarrollo que transitó de lo general a lo particular y que, a su vez, dio cuenta de las distintas etapas del análisis que se hicieron sobre el corpus.

Este tipo de abordaje permite dar cuenta de patrones a la hora de realizar los anuncios con atención en: cantidad de representantes del mundo adulto, modos de cuidado recurrentes, asociaciones recurrentes entre cuidado y marcas.

Más allá de que no es objetivo de esta ponencia¹²² aportar resultados de la indagación, sí se puede decir que es una contribución para el análisis en estudios de este tipo.

Bibliografía

Caro, A. (1994). *La publicidad que vivimos*. (E. Eresma, Ed.). Madrid.

Caro, A. (2014). Comprender la publicidad para transformar la sociedad. *Cuadernos Info*, 34, 39–46.

122 Sí es objetivo de la investigación doctoral que enmarca al presente estudio.

<https://doi.org/10.7764/cdi.34.584>

Daly, M., & Lewis, J. (2000). The concept of social care and the analysis of contemporary welfare states. *The British Journal of Sociology*, 51(2), 281–298. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2000.00281.x>

Esquivel, V., Faur, E., & Jelin, E. (2012). Las lógicas del cuidado infantil. Entre las familias, el Estado y el mercado. En *Las lógicas del cuidado infantil. Entre las familias, el Estado y el mercado*.

Faur, E. (2014). *El cuidado infantil en el Siglo XXI: Mujeres malabaristas en una sociedad desigual*. Siglo XXI Editores Argentina

Pérez Orozco, A. (2006). AMENAZA TORMENTA1: LA CRISIS DE LOS CUIDADOS Y LA REORGANIZACIÓN DEL SISTEMA ECONÓMICO. *Revista de Economía Crítica*, N°5(1696-0866), 7–37.

Razavi, S. (2007). The Political and Social Economy of Care in a Development Context. *Conceptual Issues, Research Questions, and Policy Options. Gender and Development Programme*, (3), 20–21. <https://doi.org/10.3764/aja.117.2.0207>

Valles, M. S. (2000). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Síntesis Editorial

NEOLIBERALISMO, DISCURSOS POLÍTICOS Y PRECARIZACIÓN

Martínez, Fabiana

FCC-UNC / IAPCS-UNVM / fabianam2011@gmail.com

Palabras claves: *Cambiamos* ; discurso político; neoliberalismo; precarización

Este trabajo se desarrolla en el marco más amplio de investigaciones que viene desarrollando un equipo con sede en la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC) sobre discursos políticos contemporáneos, desde una perspectiva Sociosemiótica, o del Análisis del Discurso. Asumiendo que la categoría de discurso alude a prácticas materiales que no representan sujetos ni estados, sino una dimensión constitutiva de procesos políticos y sociales, una trama ineludible a partir de la cual se ofrece una grilla de inteligibilidad de la realidad (Verón, 1980, Angenot, 1989, Foucault, 1969), en este trabajo nos preguntamos acerca del éxito (es decir, la capacidad de interpelación y performatividad) de una nueva identidad política neoliberal y democrática en nuestro país. El PRO, devenido en el año 2015 en *Cambiamos*, constituye una formación discursiva (neoliberal y de derecha) que fue capaz de hegemonizar un campo político democrático, alcanzando importantes éxitos a nivel regional, y luego ganando las elecciones nacionales. Este éxito no deviene de una capacidad de engaño o manipulación de la sociedad, sino de su potencia para proponer nuevas categorías de inteligibilidad y de instalar nuevos significantes vacíos y promesas frente a la parcial dislocación que presentaba el kirchnerismo en ese año (demandas contra la corrupción, el cepo cambiario, los planes sociales, las mentiras del Indec, etc., en términos de las demandas insatisfechas que pudimos relevar en diferentes movilizaciones que se dieron a partir del año 2013, como el 13-S, el 8-N, el 18-A). Una particular trama discursiva logró un consenso eleccionario y luego de gestión, lo que le permitió a este gobierno ganar también las elecciones legislativas del año 2017, ratificando la primacía del interbloque *Cambiamos*, con un aumento de 21 bancas más en diputados y 24 senadores. Sin embargo, a lo largo de la gestión todos los indicadores económicos se deterioraron, con la consecuente pérdida de seguridades materiales y jurídicas ganadas en los años previos, el crecimiento del desempleo y la pobreza, el

alucinado aumento del costo de los servicios a favor de las corporaciones internacionales y el desmantelamiento de numerosas políticas sociales (componentes propios de una valorización financiera del capital), lo que en conjunto implicó un empobrecimiento generalizado de los sectores medios y populares en todo el país, dada también la crisis de las economías regionales.

Para analizar la trama discursiva que dotó de sentido a este proyecto, analizaremos en nuestro trabajo ciertas dimensiones específicas de la discursividad de *Cambiamos*, recurriendo tanto a categorías semióticas (con énfasis en el análisis del nivel de la enunciación) como a nociones propuestas desde perspectivas posfundamentos, que adquieren en nuestro análisis un rol central. En relación a este punto, retomamos en particular dos categorías: la de precarización como nueva técnica de gubernamentalidad del neoliberalismo (Lorey, 2016), con su particular vinculación con la noción de “vidas precarias” definida por Judith Butler; y la noción de una derrota del *homo politicus* como uno de los principales efectos del neoliberalismo, en los términos de Wendy Brown (2016), la que a su vez es complementaria de una producción de subjetividades empresariales como el ideal de humanidad de la época. De alguna manera, la tematización de estos tópicos a lo largo de un cierto estado del discurso social permite comprender cómo es que una gnoseología capaz de proponer una sociedad “intensamente desigual” (Brown, 2016) se afianzó cada vez más en estos años. Se trata de comprender cómo fue deseable, en cierta forma, un orden social cada vez más desigual y represivo.

Para dar cuenta de estas configuraciones, consideraremos los tópicos que, al modo de invariantes semióticas, sostienen esta grilla de inteligibilidad neoliberal del mundo y sus sujetos. En primer lugar, se considerará el funcionamiento (presente desde los inicios del PRO, año 2003) de un dispositivo de enunciación pospolítico, básicamente consistente en una denegación de las instancias políticas y del kirchnerismo, en particular. De modo que esto implica también la configuración del adversario populista como el principal enemigo de la sociedad. En relación a este dispositivo, consideraremos los siguientes componentes: a) la llegada a la política desde su exterior y su vinculación con una promesa de una “nueva forma de hacer política”, y por lo tanto, de una resignificación de lo que esta identidad considera “hacer política”; b) las fronteras político-temporales y axiológicas referidas al pasado, y en particular al gobierno kirchnerista, y las diversas estrategias a partir de las cuales este se configura como el adversario principal y la encarnación de un “exceso” que es necesario corregir; c) las figuras de subjetividad que emergen en este discurso, vinculadas al tópico del mérito y el autoemprendimiento. Para estos puntos, se analizan diversos documentos, plataformas partidarias, materiales de campañas y

discursos de gestión, en los que estos tópicos alcanzaron una importante tematización.

En este punto, a partir de la proposición de subjetividades emprendedoras, consideraremos cómo comienza a esbozarse una frontera (o un marco) de lo humano que establece las fronteras entre “vidas vivibles” y “vidas precarias”, cuyo sacrificio, esfuerzo o aún desaparición no cuentan para nadie. Esta discursividad no da cuenta entonces de la tensión o del “imperativo paradójico” que provoca la necesidad de resolver las condiciones de exclusión o vulnerabilidad social a partir de la solitaria voluntad del propio sujeto.

Consideraremos, para este punto, materiales publicitarios de campaña o discursos que circularon por los medios de comunicación o en las redes de Ministerios, como las historias de Lucas Celso (Clarín, diciembre del 2015) o Axel (Misiones, 28 de junio 2018, publicada y luego borrada por el Ministerio de Educación). Ambas historias dan cuenta de cómo un “cinismo cruel” intenta provocar el apego a un deseo que provoca un daño, y hasta la propia destrucción de los mismos sujetos, a la vez que ratifica la dureza de una sanción normalizadora que se aplica aún a niños y adolescentes.

En segundo lugar, la crisis del *homo politicus* es concomitante a una concepción del orden social como una empresa, y de una racionalidad que provoca “la implacable y ubicua economización de todas las características de la vida a cargo del neoliberalismo” (Brown, 2016: 17), con la drástica reducción de la acción pública. Analizaremos los tópicos que reconfiguran a lo que podríamos llamar la subjetividades políticas modernas o militantes del “sujeto fiel”, alentando en su lugar al “sujeto reaccionario” o al “sujeto oscuro” (el del lenguaje del odio, según Butler, 1992), a través del debilitamiento de los sentidos de lo colectivo y de la particular imposibilidad de la demanda que propone esta formación discursiva. En este punto, consideraremos la anécdota del humorista Casero, y de su metafórica referencia al pedido de “flan” como descrédito de la demanda y como un aliento a la indiferencia frente al daño de la precarización multiplicada que genera el neoliberalismo. Consideraremos que este discurso evidencia de modo sintomático la tolerancia desarrollada hacia la intensificación de las desigualdades, y la imposibilidad de constituir un horizonte de demanda o litigio, es decir, la eliminación de lo propiamente político de la constitución de lo social.

A lo largo del análisis, se pretende dar cuenta de la especificidad de una discursividad neoliberal contemporánea y hegemónica hasta el momento, recurriendo tanto a herramientas clásicas del análisis sociosemiótico (como son las categorías propias de una teoría de la enunciación, que considera la configuración de subjetividades y sus vínculos con la temporalidad y el espacio construidos en el discurso, considerando en

particular la propuesta de Verón, 1987) como a categorías intermedias que permiten intensificar el sentido político de ciertas configuraciones significantes, como las de precarización, vidas precarias y crisis del *homo politicus*.

Bibliografía

- Angenot, M. *Un état du discours social*. Le Prèambule: París.
- Brown, W. (2016). *El pueblo sin atributos*. Malpaso: Barcelona.
- Foucault, M. (1969). *La arqueología del saber*. Siglo XXI: México.
- Lorey, I. (2016). *Estado de inseguridad. Gobernar la precariedad*. Traficante de sueños: Barcelona.
- Verón, E. (1980). *La semiosis social*. Hachette: Buenos Aires.
- Verón, E. (1987). “La palabra adversativa”. En: *El discurso político. Lenguaje y acontecimientos*. Hachette: Buenos Aires.

INNOVACIÓN: POLÍTICAS Y CONCEPCIONES EN LA SECRETARÍA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA UNC

Arrieta, Micaela

FCC - UNC /marrieta@unc.edu.ar

Palabras claves: Innovación; políticas; ciencia; tecnología; universidad

Este trabajo se desarrolla en el marco de las actividades e investigaciones que se desarrollan en el proyecto de investigación radicado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación “La innovación como concepto y como práctica en la Educación Superior. Una aproximación a las visiones que sustentan la vinculación y la transferencia de conocimiento orientadas a la innovación”. (SeCyT - UNC, 2018-2021).

En los últimos años una de las políticas públicas en educación superior que mayor expansión han tenido en Argentina, son las vinculadas a la ciencia y a la tecnología. En nuestro país constituyen un conjunto de políticas, planes y programas llevados a cabo por el Estado, las universidades e institutos nacionales, las empresas, y otros organismos y asociaciones nacionales e internacionales orientadas hacia la investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i), así como las infraestructuras e instalaciones científicas y tecnológicas.

Es por ello, que las universidades nacionales dentro de su estructura organizativa, tienen un área o secretaría de Ciencia y Tecnología (cyt) para gestionar las políticas impartidas desde el Estado o las propias.

La Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UNC cuenta con un titular del Área de Gestión de Ciencia y Tecnología e Innovación Productiva, la Secretaría de Ciencia y Tecnología: una Subsecretaria de Promoción y Desarrollo de la Investigación Científica y la Subsecretaria de Innovación, Transferencia y Vinculación Tecnológica. En este trabajo se pretende indagar acerca del concepto de innovación en relación a las políticas y concepciones de la SeCyT UNC.

Como punto de partida para llevar adelante esta investigación tomaremos las consideraciones de (Echeverría J, 2017) quien define *a las innovaciones como procesos interactivos que generan algo nuevo y valioso (o disvalioso) en entornos y sistemas determinados, siendo estas innovaciones disruptivas cuando los procesos producen transformaciones en los sistemas relacionales del entorno donde surgen.* En el año 2013 el ex Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la nación (a partir de 2018 paso a rango de Secretaría del Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología), presentó un Plan Argentina Innovadora 2020. El eje central del mismo es identificar áreas estratégicas y prioritarias para alcanzar el mejor desempeño productivo. El plan presupone que las políticas de CyT deben contribuir al desarrollo de las sociedad en su conjunto, es decir *“aporten soluciones a problemáticas que afectan a vastos sectores de la sociedad”* (PNCYT 2020, 2013).

Otro elemento de gran relevancia formulado en el PNCTI 2020 es la incorporación del concepto de innovación social, estableciendo la importancia de las políticas de CyT que posibiliten el proceso de inclusión social. Tomando en consideración que la innovación puede ser social y no exclusivamente productiva.

La intención de este trabajo analizar y revisar las concepciones de innovación de la SeCyT UNC, en vinculación a las políticas explícitas, lineamientos y prácticas concretas desarrolladas a partir de la revisión de las convocatorias, planes, programas, etc impartidos en 2018.

En relación al marco recientemente trabajado, podemos inferir que explícitamente en los lineamientos de las políticas de cyt de la SeCyT UNC la innovación tiene un valor, un espacio no netamente para el sector productivo, tecnocrático, económico o tecnológico sino también desde la concepción de lo social como contribución al mejoramiento de la sociedad en su conjunto. En concordancia con las concepciones formuladas tanto por (Echeverría J,2017) y lo establecido en el (PNCYT, 2020), la noción de innovación formulada por la SeCyT UNC tiene una valoración positiva hacia la innovación en un sentido axiológico .Ahora bien, entre los lineamientos explicitados anteriormente y lo implícito en estas políticas, ¿Que sentido adquiere la innovación en relación a las acciones concretas, convocatorias, programas ,etc llevados a cabo por la SeCyT UNC?. ¿Cuál es la relación entre la innovación vinculada al sector socio-productivo o tecnológico y el campo social en la gestión de la SeCyT UNC?. Estos interrogantes se desarrollarán a partir del estudio de las convocatorias realizadas en 2018 para acercarnos a algunas reflexiones y conclusiones finales sobre el concepto de innovación, concepciones y prácticas llevadas a cabo por la SeCyT UNC.

Bibliografía

- Echeverría, J. (2017). El arte de innovar. Naturaleza, lenguajes y sociedades. Plaza y Valdés, España.
- Sagasti, F. (2011). Ciencia, tecnología e innovación. Políticas para América Latina. FCE, México.
- Thémata. Revista de Filosofía(2018), N° 57 pp.: 239-333

Documentos institucionales

- Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación. Disponible en <http://mincyt.gob.ar/publicaciones-listado/planes-nacionales-76>
- Programa de Becas para Innovación Tecnológica socio-productiva (Bits) co-gestionado entre la SEU Y SECYT – UNC. https://www.unc.edu.ar/sites/default/files/beca_innovacion_reglamento_2.pdf
- Programa de Becas Bits.Convocatoria 2018. Asignación de Beca Bits tipo 1 <https://www.unc.edu.ar/sites/default/files/Becas%20BITS%202018%20asignacion%20TIPO%201.pdf>
- Programa de Becas Bits. Convocatoria 2018. Asignación de Beca Bits tipo 2 <https://www.unc.edu.ar/sites/default/files/Becas%20BITS%202018%20asignacion%20TIPO%202.pdf>



EL DISCURSO AMBIENTAL EN LA PRENSA ESCRITA: EL CASO DEL PUERTO LA PLATA

Yanniello, Florencia

CIM - UNLP / florenciayanniello@gmail.com

Palabras claves: discurso ambiental; conflicto socioambiental; medios de comunicación; actores sociales; análisis crítico del discurso

El ambiente en los medios

La problemática ambiental no posee una presencia estructurada en los medios de comunicación social de la Argentina, ni encabeza secciones permanentes en los diarios (Miguel Grinberg, 2008); por el contrario estas noticias suelen ser publicadas en las secciones Información General o Sociedad, es decir, aquellas que según los analistas de medios son las menos visitadas por el

público lector (Ferretti, 2008).

En relación a los factores de noticiabilidad, Ferretti (2008) sostiene que el rasgo de “catástrofe” es el que prevalece a la hora de la publicación. Sin embargo, existen otros factores noticiosos en relación a estos temas, como lo es la proximidad geográfica y cultural de los acontecimientos, la percepción sobre el impacto de los mismos en la sociedad, la relevancia o reconocimiento social de las fuentes de datos, el factor sorpresa o grado de imprevisibilidad, la cantidad de personas implicadas y el grado de daño o negatividad, entre otros (González Alcaraz, 2011). Los valores noticiosos son producto del consenso social, de los valores profesionales y los intereses editoriales, por lo tanto, se trata de criterios que no son inmutables, y que pueden variar.

Como esta ponencia es parte de una investigación mayor, que pretende indagar

acerca de abordaje de los temas ambientales en la prensa platense, consideramos

necesario incorporar a las teorías y estudios sobre medios, una serie de

investigaciones recientes que dan cuenta de cierta especificidad y lenguaje común

del discurso ambiental (*greenspeak*): Johnstone y Mando, 2015; Bednarek y Caple,

2010; Harré, Brockmeier y Mühlhäuser, 1999; Kazis y Grossman.

Nos centraremos en analizar el discurso ambiental en el diario *Hoy en la Noticia*, partiendo de u

ncaso particular: la ampliación del Puerto La Plata. El diario fue fundado en 1993 por el Secretario

general del Sindicato de Obreros y Empleados de la Educación y la Minoridad (SOEME), Antonio

Balcedo, y salió diariamente hasta octubre de 2018, momento en el que ante el encarcelamiento de

sus propietarios, envueltos en un conflicto penal por lavado de dinero, la edición impresa del diario

fue suspendida y la versión web se encuentra fuera de línea.

El Puerto La Plata es el primer puerto argentino del Río de la Plata; su construcción data de 1890 y

está emplazado a 10 kilómetros de la Ciudad de La Plata, en la localidad de Berisso. En 2014 fue

ampliado y modernizado y se construyó además un muelle de 600 metros, una estructura de playa

de más de 15 hectáreas de edificios administrativos y se realizaron trabajos sobre el canal de

acceso para el ingreso de embarcaciones. Esta mega obra puso en riesgo al Monte Ribereño, Isla

Paulino e Isla Santiago, un paisaje protegido de interés provincial para el desarrollo ecoturístico

(Ley provincial 12.756), que abarca los partidos de Ensenada y Berisso y que representa uno de los

reservorios de biodiversidad y de especies más importante de la región.

Metodología

Para este trabajo se recurrió al Análisis Crítico del Discurso (ACD), una metodología que

incluye un conjunto de procedimientos sobre un cuerpo previamente delimitado y sobre el

cual se experimentan aplicaciones conceptuales, herramientas de interpretación para poder

develar, describir y comprender los efectos y modos en la producción social del sentido

(Karam, 2005). El propósito del ACD es lograr que los

aspectos opacos del discurso como

la carga ideológica de los modos particulares de utilización del lenguaje y las relaciones del poder subyacentes, se vuelvan más transparentes (Fairclough y Wodak, 2000).

Para esta ponencia sólo trabajaremos con el reconocimiento la característica más destacada de la definición de un discurso: el macrotema, es decir, el tema general que articula la noticia, que usualmente se expresa en el titular y la bajada o copete y que a su vez permite la existencia de muchos subtemas (Wodak, 2003). Los elementos de titulación son considerados como sintetizadores de posiciones editoriales en donde se observan los primeros indicios que refieren a un enfoque determinado, establecido a través de la jerarquización de la información (De Diego y Quinteros, 2009).

El *corpus* de este trabajo está conformado por 15 artículos publicados en el diario *Hoy en la Noticia* entre los años 2003 y 2015. Se seleccionaron noticias a través de la búsqueda de titulares con referencia explícita a las temáticas elegidas, revisando los ejemplares de los diarios en formato impreso del período analizado.

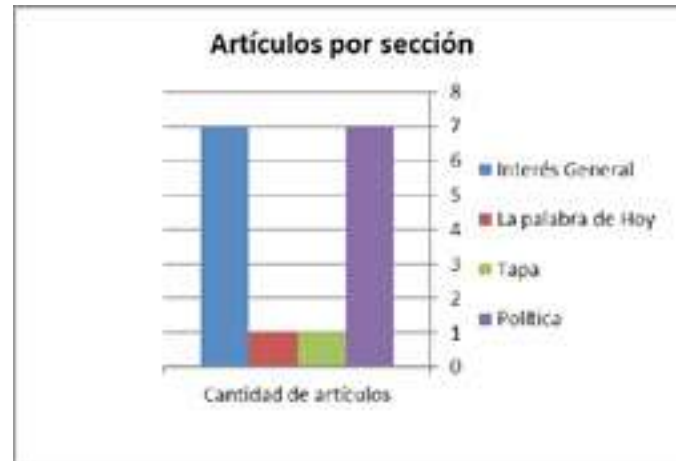
Análisis

En un primer análisis del *corpus* podemos ver que en los 12 años seleccionados, el punto álgido del conflicto estuvo en 2008, momento en que se realizó la licitación para las obras de ampliación del Puerto y surgieron voces disidentes. Como vemos en el cuadro 1, este caso no tuvo presencia constante en este diario.

Año	Cantidad de artículos
2003	0
2004	2
2005	1
2006	1
2007	1
2008	5
2009	0
2010	0
2011	0
2012	2
2013	1
2014	2
2015	0
Artículos totales	15

Cuadro 1. Artículos por año

Por otro lado, en el cuadro 2, observamos que la mayoría de los artículos fueron publicados en la sección “Interés general” (7) y “Política” (7), mientras que en un segundo plano se encuentra la sección “La palabra de Hoy” (1). Por otro lado, el tema en cuestión sólo estuvo en tapa una vez, en el año 2012.



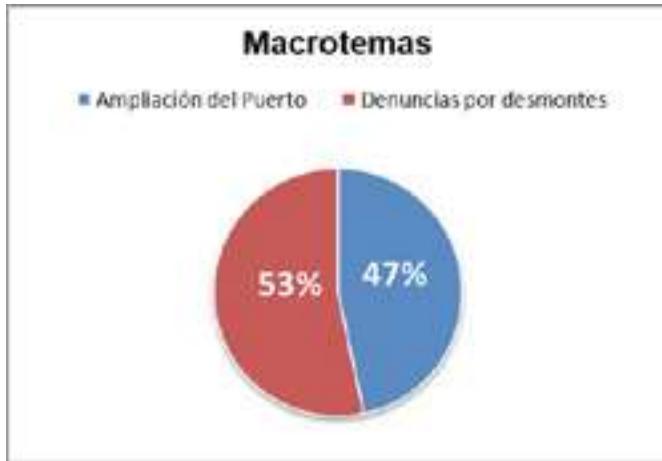
Cuadro 3. Artículos por sección

Los artículos relacionados al caso seleccionado, aparecen en igualdad de condiciones en las secciones consideradas “zonas blandas” de los diarios (Ford, 1996), es decir las menos leídas (interés general, espectáculos, deportes), tanto como en las “zonas duras”, las más leídas o de mayor importancia para los/las lectores/as (política, economía, entre otras).

Partiendo del análisis de los elementos de titulación, se recuperaron los macrotemas y se agruparon los artículos según dos grandes tópicos:

- A) los que se refieren a la ampliación del Puerto
- B) los que se refieren a denuncias de ONGs y vecinos/as por los desmontes

En el primer grupo encontramos 7 notas, que representan el 47% del total del *corpus*, mientras que en el segundo, agrupamos 8 notas, lo cual equivale al 53%. La única tapa del período seleccionado corresponde al segundo grupo.



Cuadro 3. Macrotemas

Dentro del grupo “A”, de notas encontramos una serie de subtemas que se repiten: necesidad de ampliación del Puerto y planes de modernización del Puerto para el crecimiento regional y desarrollo nacional. Estos subtemas aparecen de manera reiterada en los artículos agrupados en este ítem, en donde la mayoría de las notas tienden a justificar las obras de ampliación del Puerto, relacionándolas con la oportunidad de crecimiento y desarrollo regional, lo cual podría posicionar a nivel nacional e internacional a la región por el movimiento de mercancías y el comercio exterior.

Dentro del grupo de notas “B”, encontramos una serie de subtemas que se repiten, tales como: la necesidad de preservar los humedales ribereños, las denuncias por maniobras y especulación inmobiliaria, la falta de control del Estado y el incumplimiento de legislación sobre paisajes protegidos.

Conclusiones

Una primera conclusión que se desprende de este análisis, es que el diario *Hoy en la Noticia* reconoce la existencia de un conflicto de intereses alrededor de la ampliación del Puerto La Plata, ya que durante el período seleccionado se comprueba una dinámica de oposición y controversia por parte de diversos actores sociales. Este conflicto ha estado presente en los contenidos informativos de este diario ligado a la agenda político-científica y a los reclamos y denuncias de los grupos vecinales, privilegiando ciertas ideas mediante las cuales se tiende a reforzar o minimizar responsabilidades políticas y empresariales. Sin embargo, la cantidad de artículos en relación a la cantidad de años analizados no es cuantiosa, ya que durante 5 de los 12 años analizados, no aparecieron noticias sobre el tema. Esto puede estar asociado a la idea de que lo ambiental “no vende” (Ferretti, 2008).

En relación a los factores de noticiabilidad, podemos detectar que al tratarse de un medio local, *Hoy en la*

Noticia se hizo eco de la problemática por proximidad geográfica y cultural de los acontecimientos y también, Como señala González Alcaraz (2011) por la percepción sobre el impacto de los mismos en la sociedad y el grado de imprevisibilidad del daño o negatividad.

En ese sentido, en el grupo de noticias “A” se desprende una mirada optimista, vinculada a la modernización y crecimiento del Puerto, mientras que en el grupo de noticias “B”, nos encontramos con el discurso de las organizaciones ecologistas o ambientalistas que son las que “reclaman”, “denuncian”, “exigen” y “están en alerta” por la contaminación y los desmontes producto de la ampliación del Puerto.

En ese sentido, el aporte desde la tradición del ACD, puede ayudar a identificar el rol que cumplen los medios de comunicación en los conflictos socioambientales y cómo construyen su discurso en base a reforzar o minimizar ciertas ideas.

Bibliografía

- Bednarek, M., y Caple, H. (2010). Playing with environmental stories in the news. Good or bad practice?. *Discourse & Communication*, 4(1), 5-31.
- De Diego, J. y Quinteros, G. (2009). La Revolución de Mayo en el periodismo platense. *El Día*, 1943-1976. *XIII Jornadas de Investigadores en Comunicación*. 1 al 3 de octubre de 2009, Universidad Nacional de San Luis, San Luis, Argentina.
- Fairclough, N. y Wodak, R. (2000). Análisis Crítico del Discurso. En T.A. van Dijk. (Comp.), *El discurso como interacción social*. Barcelona, España: Gedisa.
- Ferretti, E. (2008). “El medio, el ambiente y el desastre en emergencia”. *Trampas de la comunicación y la cultura*, (64), pp. 14-22.
- González Alcaráz, L. (2012). Medio ambiente y agenda mediática. Oportunidades y barreras para la cobertura periodística de cuestiones ambientales en la prensa local. *Oficios Terrestres*, 1(28).
- Grinberg, M. (2008). El periodismo ambiental. *Trampas de la comunicación y la cultura*, (64), pp. 30-33.
- Harré, R., Brockmeier J., Mühlhäuser P. (1999). *Greenspeak. A study of environmental discourse*. Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage Publications.
- Johnstone, B., y Mando, J. (2015). Proximity and journalistic practice in environmental discourse:

Experiencing 'job blackmail' in the news. *Discourse & Communication*, 9(1), pp. 81-101.

Karam, T. (2005). Una introducción al estudio del discurso y al Análisis del Discurso. *Global Media Journal*, 2(3).

Kazis, R. y Grossman, R. (1991). *Fear at Work: Job Blackmail, Labor and the Environment*. Nueva York, Estados Unidos: Pilgrim Press.

Wodak, R. (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona, España: Gedisa.

FRONTERAS DISCURSIVAS: INFORME RAM

Milotich, Alejandro

FCC - UNC / alemilotich.94@gmail.com

Palabras claves: enunciador etnocéntrico; análisis discursivo; discurso social; RAM; discursividad

Luego de la desaparición de Santiago Maldonado en agosto de 2017, tomó visibilidad el grupo denominado RAM (Resistencia Ancestral Mapuche). Diversas caracterizaciones comenzaron a construirse en el entramado del discurso social, hasta que en diciembre de 2017 el Ministerio de Seguridad de la Nación redactó el llamado *Informe RAM* conjuntamente con los gobiernos de las provincias de Río Negro, Neuquén y Chubut.

Dicho informe condensa sentidos que se construyeron mediática e institucionalmente y que fueron atribuidos al grupo RAM en particular, y a la comunidad mapuche en general. El informe implicó condiciones de producción específicas, en un marco de alta conflictividad que incluyó la movilización de las fuerzas de seguridad de la Nación, desalojos de tierras, y la muerte de Rafael Nahuel (integrante de la comunidad mapuche en Lago Mascaradi).

En este trabajo, realizaremos un análisis discursivo de dicho informe con énfasis en la materia lingüística, entendiendo que se trazan fronteras discursivas entre el enunciador etnocéntrico (Angenot, 2010), y los *otros amenazantes*, poniendo en juego una trama de discursos, miedos y violencias que circulan socialmente.

Fronteras discursivas: Informe RAM

El 1° de agosto de 2017 se produjo la desaparición de Santiago Maldonado en la provincia de Chubut. A partir de ese momento se tomó conocimiento público del grupo denominado RAM (Resistencia Ancestral Mapuche), a través de la cobertura mediática y de la información institucional que proveía el gobierno nacional. Durante los meses posteriores al caso mencionado, distintas caracterizaciones comenzaron a construirse en el entramado del discurso social en relación al grupo RAM, hasta que en diciembre de 2017 el Ministerio de Seguridad de la Nación redactó y publicó el *Informe RAM* conjuntamente con los gobiernos de las provincias de Río Negro, Neuquén y Chubut.

El punto de partida de nuestro análisis se sitúa en una teoría de los discursos sociales, entendiendo por discurso toda manifestación espacio temporal del sentido construido en el interior del tejido de la semiosis, donde lo "real" se da en la materialidad del sentido construido dentro de la red semiótica (Verón, 1980, 1993). Para trabajar sobre los discursos seleccionados, identificaremos las huellas discursivas que remiten a las condiciones de producción de los mismos, para poner en evidencia lo social del sentido y el sentido de lo social (Verón, 1993), y para comprender las prácticas discursivas asociadas a los ámbitos de la vida social e institucional.

En el análisis realizado del informe del Ministerio de Seguridad de la Nación y de los gobiernos de las provincias de Río Negro, Neuquén y Chubut (2017), RAM es caracterizado como "un movimiento etnonacionalista violento que desde hace ocho años opera en territorio argentino. Su accionar se concentra en las provincias de Neuquén, Río Negro y Chubut" (2017, p.5). Al mismo tiempo, dicho informe sostiene que "los activistas de la RAM cometen delitos contra la propiedad, contra la seguridad pública, contra el orden público y contra las personas" (2017, p.5), cuyo objetivo es "promover una lucha insurreccional contra el Estado argentino y la propiedad privada de la tierra" (2017, p.5). Las primeras caracterizaciones oficiales de este grupo ya los considera como *violentos*, estableciendo fronteras simbólicas entre el orden y la insurrección, lo que ya justifica simbólicamente el ejercicio de la violencia contra el grupo abyecto.

Dentro del informe, se plantea una situación similar a una guerra entre el Estado y un grupo abyecto. En este sentido, el accionar de la RAM no es sólo contra el Estado sino también *contra las personas*, lo que ubica al *yo/nosotros* en una posición de vulnerabilidad y de amenaza de *nuestras vidas frente al otro peligroso*: "en tanto que incertidumbre y exposición al peligro, abarca la totalidad de la existencia, los cuerpos, los modos de subjetivación" (Lorey, 2016, p.17). La figura de estos *otros* no son más que "un modo terrorífico de exponer

el carácter originalmente vulnerable del hombre con respecto a otros seres humanos” (Butler, 2006, p.55). Lo que se necesita es una eliminación del *otro* para volver a restaurar el sentimiento de seguridad y para ocultar o negar nuestra precariedad.

Actúan en la clandestinidad, con rostros cubiertos y portando armas de fuego, facas, hondas, bombas molotov, palos y piedras (27/12/2017)

Dentro de la caracterización de los miembros de la RAM resalta el hecho de que sus rostros están cubiertos. Este ocultamiento de la cara no permite la identificación de quienes pertenecen a este grupo. Una vida sin rostro no es una vida que pueda ser llorada ni que sea digna de duelo, por lo tanto, no es considerada una vida vivible (Butler, 2010). Se identifica a la RAM como un grupo externo a la política y a sus instituciones, que no forman parte de la misma comunidad política que *nosotros*, no responden al Estado ni se identifican con la Nación, pero están presentes en el mismo territorio. De este modo, se posiciona a estos *otros* “dentro y fuera de la comunidad política y social como ‘anormales’ y ‘extraños’” (Lorey, 2016, p.29).

El enunciador etnocéntrico

En contextos pospolíticos, el miedo surge como uno de los únicos sentimientos políticos posibles, y es utilizado para introducir la pasión y movilizar a los ciudadanos (Žižek, 2009). Como principio movilizador, el miedo estará siempre dirigido hacia un *otro* frente al cual el *yo/nosotros* es revelado por la vulnerabilidad. El sentimiento de desprotección es administrado políticamente a partir de “la regulación de la seguridad y el bienestar de las vidas humanas” (Žižek, 2009, p.55), lo que se expresa en formas violentas que operan simbólicamente y materialmente en distintos niveles hacia las figuras de los *otros*.

Podemos considerar la frontera entre *nosotros* y los *otros* como una lectura actualizada de la relación *centro/periferia*, a partir de un enunciador etnocéntrico (Angenot, 2010). Las identidades abyectas no son preconstruidas, sino que los distintos discursos contribuyen a fijar los sentidos amenazantes, configurando fronteras entre el enunciador etnocéntrico y los *otros peligrosos*. El Informe RAM, en tanto condensa sentidos que circulan socialmente, pone en juego los marcos de lo humano (Butler, 2010), generando condiciones de vulnerabilidad y precarización. Estos marcos generan ontologías y organizan la experiencia, y a nivel discursivo permiten establecer fronteras de inteligibilidad que producen la norma de reconocimiento de *lo humano* a partir de la frontera *nosotros/ellos*.

Aunque el problema territorial se da en la Patagonia y parece territorialmente lejano, pone en amenaza no

sólo el centro, sino también toda la estructura estatal argentina. Este exterior periférico “amenaza con derribar las fronteras que representan el *yo*” (Butler, 2010, p.29). La exterioridad es siempre amenazante porque representa al *otro* en su máxima expresión.

Se ha observado en los meses que van desde agosto del corriente a la actualidad en marchas o manifestaciones realizadas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el desprendimiento de un grupo de personas sumamente violentas con rostros cubiertos, palos y otros elementos contundentes, provocando graves daños y disturbios. (27/12/2017)

La amenaza no tiene un rostro, y como tal puede manifestarse en cualquier lugar y momento, lo que parece lejano puede manifestarse en el centro de nuestra comunidad: nadie queda fuera de peligro. Esto revela otro componente del miedo: la precarización de nuestras propias vidas. En tanto nos reconocemos como seres precarios, precisamos protección como individuos frente a los *otros*. Pero como hay otros que también son precarios, es necesario establecer líneas y límites entre las vidas precarias, y considerar cuáles son vidas dignas y requieren protección por encima de otras.

Para la inteligibilidad de las vidas se deben identificar ciertas características que definan y delimiten una frontera entre *nosotros* y *ellos* que legitimen nuestra protección, y por lo tanto la violencia. En el plano social, “para la legitimación de la protección de unos es preciso encasillar a los que son marcados como ‘otros’” (Lorey, 2016, p.29).

Este grupo desconoce el Estado Argentino, su organización, sus leyes, e instituciones tratando de imponer sus ideas de no pertenencia a la Nación Argentina por la fuerza y el temor (27/12/2017)

Lo que traza la frontera con los grupos abyectos se construye a partir del enunciador etnocéntrico, que organiza la experiencia y genera ontologías. Se determinan límites a la inteligibilidad de lo humano, que reciben su legitimación institucional en los discursos y documentos oficiales. De este modo, la RAM se ubica “fuera de las normas de la vida (...) se convierte en el problema que ha de gestionar la normatividad” (Butler, 2010, p.22). Así, la acción que se lleve a cabo contra estos grupos ya encuentra su sentido en la trama de discursos que la hacen posible, permitiendo la violencia a través de los mecanismos institucionales. La violencia que se ejerce contra los *otros* no es considerada violencia en tanto que es dirigida hacia vidas que no son consideradas tales. Por lo tanto, toda violencia que se ejerza sobre estos *no-otros* será una violencia difusa e irreal ya que “no podemos reconocer fácilmente la vida fuera de los marcos en los que ésta es dada” (Butler, 2010, p.43), y dichos marcos

son los que estructuran los modos en que identificamos una vida como tal. Así, al identificar la RAM como un grupo violento y fuera de la ley, se lo ubica por fuera de los límites de la vida y la “normalidad” del *nosotros*, habilitando la violencia institucional y estableciendo las fronteras simbólicas y discursivas.

Conclusiones tentativas

En el avance de esta investigación indagamos los vínculos entre las fronteras discursivas y la violencia social, entendiendo que discursivamente se generan miedos sociales que encuentran su sentido en los discursos. Entendemos desde Butler (1997) que los nombres injuriosos invocan y consolidan historias al momento de la enunciación, que son internas al nombre y constituyen su significado. Hay una forma en que “tales historias son asumidas y detenidas en el tiempo y por el tiempo” (Butler, 1997, p.65), lo que contribuye a cristalizar significados y sentidos. Lo que se construye es un *relato oficial* sobre la RAM que está ligado a la expresión de violencia material y simbólica, una forma discursiva que trama violencia, intolerancia y miedos sociales.

consideramos que toda violencia tiene un mecanismo significante que la dota de sentido en una trama discursiva que la hace posible, atravesando la configuración de las identidades emergentes, constituidas a partir de nuevas fronteras simbólicas. La violencia “está articulada a la matriz significante que le da sentido y (...) la engendra como comportamiento enraizado en el orden simbólico productor de imaginario” (Sigal y Verón, 2003, p.16). Por lo tanto, toda emergencia de un miedo social hacia grupos o individuos considerados peligrosos es un efecto de sentido de ciertas construcciones discursivas que luego dan lugar a la violencia física o institucional (Butler, 1997).

Bibliografía

- Angenot, M. (2010) *El discurso social*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Butler, J. (1997) “De la vulnerabilidad lingüística”, en *Lenguaje, poder e identidad*. Madrid: Ed. Síntesis.
- Butler, J. (2006) “Violencia, duelo, política”, en *Vida precaria. El poder del duelo y la violencia*. Buenos Aires: Ed. Paidós.
- Butler, J. (2010) “Vida precaria, vida digna de duelo”, en *Marcos de Guerra. Las vidas lloradas*. México D.F.: Ed. Paidós.
- Lorey, I. (2016) *Estado de inseguridad. Gobernar la precariedad*. Madrid: Ed. Traficantes de sueños.

Ministerio de Seguridad de la Nación (2017). R.A.M. Recuperado de https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/informe_ram_-_diciembre_2017.pdf

Sigal, S. y Verón, E. (2003) *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires: Ed. Eudeba.

Žižek, S. (2009) “Allegro moderato-Adagio: ¡Teme a tu vecino como a ti mismo!”, en *Sobre la violencia. Seis reflexiones marginales*. Barcelona: Ed. Paidós.

LA ENUNCIACIÓN EN CLAVE DE CAMPAÑA. EL CASO DE MARÍA EUGENIA VIDAL

Filippelli, Nerina

FCC - UNC / nerifillip@gmail.com

Palabras claves: Sociosemiótica; discurso político; Cambiemos; elecciones 2015

Análisis

Desde una perspectiva sociosemiótica con especial énfasis en el plano de la enunciación se entiende que todo fenómeno social tiene una dimensión de sentido que le es constitutiva y se postula que es posible tratar de comprender los procesos políticos actuales desde el plano simbólico como aquél que estructura en cierta medida el comportamiento social. Y a partir del cual se pueden comprender los fenómenos políticos contemporáneos y sobre todo sus condiciones de posibilidad. Desde una mirada constructivista este análisis se sitúa en la reflexión sobre los posibles vínculos entre el discurso y la realidad social. Esta línea encuentra su principal fundamentación teórica en la Teoría de los discursos sociales de Eliseo Verón (1986, 1987) y se complementa con aportes como la noción de ethos (Maingueneau 1996), identidad en Hall y Du Gay (2003), Arfuch (2005), entre otros. El análisis del discurso aparece así como una vía de acceso privilegiada para la comprensión de la realidad social.

Cuando hablamos del acceso al poder de Cambiemos en 2015, hacemos referencia a un cambio de gobierno que

significó profundas transformaciones para la sociedad argentina en términos de políticas económicas, sociales y culturales. Pero también a la emergencia de un nuevo núcleo identitario con enunciadores novedosos que lograron hegemonizar el campo discursivo en un momento dado (Angenot, 2010) y establecer nuevas pautas de inteligibilidad de la política y de un modo de narrar el mundo. Entre ellos María Eugenia Vidal entendiéndose que su figura mantiene continuidades y diferencias respecto a la formación discursiva a la que pertenece, y que es una figura política preminente con proyección a futuro con gran potencial para capitalizar al electorado del 2015 a la actualidad. Las batallas simbólicas se traducen en una dimensión de análisis que apunta a develar cuáles fueron las condiciones que posibilitaron el acceso al poder de una estructura partidaria novedosa (Cambiamos) y específicamente a la gobernación de la provincia de Buenos Aires históricamente controlada por el Partido Justicialista y gobernada por los *varones del conurbano*. En esta línea el análisis tiene como propósito reconocer las operaciones de sentido en términos de simetrías y equivalencias a partir de las cuáles se construyó la figura de María Eugenia Vidal como enunciativa¹²³ legítima de la coalición Cambiamos y el modo en el que se establecieron los vínculos con los destinatarios (triple destinación). Entendiéndose a estas estrategias como efectivas a la hora de la consolidación del vínculo con el electorado en 2015. Con este propósito se relevó un corpus con discursos de este periodo electoral que incluyó entrevistas, spots, aperturas y cierres de campaña en diversos programas televisivos.

Como abordaje metodológico se seleccionaron las categorías a partir de las cuáles se abordó el corpus y que nos permitieron dar cuenta de lo anteriormente expuesto. En primera instancia y respecto de la noción de identidad se tomaron los aportes sobre la noción de identidad (Arfuch, 2005; Hall y Du Gay, 2003) fundamentalmente aquellos que refieren a entender la identidad o identificación como aquello que se define a partir de la diferencia. A partir de lo que no se es, aquellos límites e intersecciones que, aunque puedan aparecer como borrosos, permiten vislumbrar ciertos rasgos a partir de los contrastes. En este sentido cabe destacar que cada vez que la enunciativa definió identidad, construyó su imagen y necesariamente creó un vínculo que se expresó en términos de adhesión al mundo

¹²³ En este trabajo, en lo que respecta a la figura política que se construye en el discurso se designará al garante del habla como “enunciativa” en lugar de “enunciador”. Esta decisión responde a un llamado a la reflexión respecto de la perspectiva androcéntrica que coloca al hombre en una posición central en la sociedad, la cultura y la historia. En rigor, no se trata de una instancia ni masculina ni femenina, sino más bien de un conjunto neutro de operaciones lingüísticas y de sentido. Pese a la huella de género, no se estará haciendo referencia a ninguna corporalidad empírica y autónoma respecto al texto.

propuesto y se complementó con la construcción del otro negativo a partir de la palabra adversativa. Además, se puso en práctica la noción de “ethos” que desarrolla Maingueneau (1996) entendida como un modo de ser y estar en el mundo, que permitió indagar tanto en la materia lingüística como en la corporalidad que implica la dimensión gestual y la vestimenta que comportan singularidad. Estas categorías se pusieron en juego a su vez con las desarrolladas por Eliseo Verón (1987, 1998) para el análisis de la enunciación política en lo referente a la triple destinación, componentes y entidades del discurso político. En términos del autor el enunciativo define discursivamente su propia imagen y a través de las entidades del imaginario en ciertas zonas del discurso político proyecta la imagen de sus destinatarios. Las figuras políticas se construyen en términos relacionales.

Se configuró una matriz teórico-metodológica que orientó este trabajo y a partir de la cual se abordó el corpus de manera sistemática considerando los siguientes ejes: a) el *modelo de llegada* entendido como el modo de ingreso del líder al campo político partidario (Verón y Sigal, 2014). Aquí se comienza a modelizar en esta discursividad una identidad que aparece libre del campo de las ideologías e inmune a la idea de la corrupción y el derroche asociada al contradestinatario. B) *El lugar de la familia y la construcción de la madre* como el espacio en el que se aprenden los verdaderos valores: honestidad, entrega, vocación de servicio, capacidad de diálogo y escucha, la sensibilidad hacia lo que le sucede al otro, la pasión por el hacer voluntario, la mujer responsable y trabajadora. Todos estos valores se trasladaron como un capital positivo en términos de creencias compartidas que se consolidaron como denominador común a la hora de establecer vínculos simétricos con el pro y para destinatarios. Es decir que esta modelización generó distancia de la imagen de los políticos tradicionales y colocó a la enunciativa en una posición equivalente respecto de la *gente común (el electorado)*. Aquí se configura entonces el tercer eje: c) la figura de *la vecina de la provincia*, una mujer normal como cualquier vecino del conurbano bonaerense que descreída de la política en su totalidad y con la crisis como coyuntura se involucró para cambiar las cosas. Aparece entonces la dimensión de lo gestual, de la vestimenta, de los modos de decir como elementos relevantes a la hora de construir la idea de una mujer común que entabló vínculos con sus destinatarios fundamentalmente en el orden de los valores y las vivencias compartidas.

Se puede decir que estas operaciones generaron un efecto de paridad, de correspondencia mediante el cual las posiciones de enunciativo y destinatario se acercaron creando un denominador común, llegando en algunos momentos a tornarse posiciones intercambiables en términos de semejanza. Se configuró un sentido de pertenencia construido por valores compartidos, por

vivencias como por ej. La crisis del 2001 y descreimiento del sistema político. En este sentido la relación que les cabe a enunciador y destinatarios positivos es *estar juntos*. A esto se sumó la zona de configuración del componente programático en la promesa de un futuro mejor en función de la cual se demandó el voto. Así como se estableció una simetría, se creó un enemigo y con la adhesión a ciertos valores se propuso el rechazo de otros con los cuales se identificó al adversario. Si en esta instancia retomamos la idea de la identidad a partir de la diferencia, se puede pensar en la función polémica y la palabra adversativa que define y caracteriza a todo discurso político (Verón, 1987). La creación de aquel otro negativo al que se impugna, se destierra del campo de lo legítimo y se construye en la temporalidad del pasado como *aquello que no funciona más, que es preciso dejar atrás*. El sistema corrupto de los últimos 30 años, viciado y alejado de la gente. Por contraposición el vínculo es asimétrico y no cabe relación alguna que no sea la de impugnación y rechazo. Si las operaciones de construcción de un vínculo con el pro y para destinatario están dadas a partir del acercamiento, la similitud, las posiciones equivalentes, en la zona de modelización del adversario se operó por contraste. Se proyectó un vínculo de distancia, de incompatibilidad y desigualdad. Es así cómo se construyó una lógica de funcionamiento del sentido que operó como regularidad en el año electoral 2015 y que se mostró eficiente a la hora de la conquista del voto. La enunciativa se proyectó como una mujer común y esta estrategia resultó efectiva en términos de adhesión a la visión del mundo propuesta.

voz-de-lo-escrito

Sigal, S., Verón, E., (2014), *Perón o muerte: los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*, Ciudad de Buenos Aires, Argentina. Editorial Eudeba.

Verón, E. (1987), La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política, en Verón, E. y otros: *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires, Argentina, Editorial Hachette.

Verón, E., (1998), *La semiosis social*, Barcelona, España, Editorial Gedisa, S.A.

LA PRENSA GRÁFICA DE CÓRDOBA Y LA CONMEMORACIÓN DEL CINCUNETARIO DEL CORDOBAZO: UN ANÁLISIS SOCIOSEMIÓTICO

Fatala, Norma

FCC - UNC /nfatala_ar@yahoo.com.ar

Bibliografía

ANGENOT, M. (2010) "El discurso social: problemática de conjunto". En: *Marc Angenot. El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Arfuch, E., (2005). "¿Problemáticas de la identidad?". En Arfuch, E. (comp). *Identidades, sujetos y subjetividades*. pp. 21-43. Buenos Aires, Argentina. Editorial Prometeo.

DAGATTI, Mariano (2012). "Aportes para el análisis del discurso político en las sociedades contemporáneas". En *Revista De signos y sentidos*, N° 13, Santa Fé.

Hall, S., (2003). "¿Quién necesita «identidad»?". En Hall, y Du Gay, P., (comps.). *Cuestiones de identidad cultural*. pp. 13-39. Buenos Aires, Argentina. Editorial Amorrortu

Maingueneau, D., (1996): "El ethos y la voz de lo escrito", en *Revista Versión*, N° 6, México, pp.79-92. Consultado el: 21/09/2018. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/163799439/Maingueneau-D-El-etos-y-la-voz-de-lo-escrito>

Palabras claves: pasado reciente; historia; memoria; conmemoración; olvido; discurso social /discursos sociales

El cincuentenario del Cordobazo vuelve a poner sobre el tapete una serie de problemáticas relativas a la construcción del pasado reciente. En primer lugar, la de la conmemoración. *Conmemorar*, dice la RAE, es "recordar solemnemente algo o a alguien, en especial con un acto o un monumento". Una definición bastante elemental que pierde de vista el "con" y no explicita sus presupuestos, ya que "recordar solemnemente" no constituye una acción individual, sino que presupone un colectivo de identificación con relación al cual el "algo" o el "alguien" se proponen como memorables. Esto explica la relevancia del dispositivo de enunciación (Verón 2004a: 173) y de los dispositivos de identificación (cf. Žižek 1992, Fatala 2013), aunque se orienten a establecer la intemporalidad del acontecimiento (y su recepción) y la continuidad (esto es, la identidad) del colectivo.

En su recursividad, la conmemoración parece eludir el tiempo y el cambio; pero cada conmemoración detona manifestaciones que, en tanto instancias de *reconocimiento* (Verón), están inmersas en un estado histórico del discurso social. La memoria, como dice Patrizia Violi, “no es la fiel transcripción del pasado, sino su continua lectura e interpretación” (2014:17, mi trad.). Cada una de ellas, podríamos agregar, con su selectiva cuota de olvidos. En ese sentido, la *semiosis* memorial-atravesada por lo ya dicho y tensionada por las apuestas del presente- es infinita, al menos en términos abstractos. Pero, más allá de esta indeterminación, la patrimonialización de la memoria operada por las conmemoraciones forma parte de un dispositivo de identificación fundado en la memoria colectiva. Una noción que presenta más problemas que soluciones, ya que, a menos que la invistamos de un carácter biológico, o la consideremos como la sumatoria espontánea de las memorias individuales, debe ser explicada como una producción de sentido, un relato, transmitido de una generación a otra, con todos los avatares que esto implica, no sólo en el polo de reconocimiento (cf. Yerushalmi 1989:18), sino en el de la producción, ya que plantea el problema de los Enunciadores legitimados.

La producción discursiva del pasado (socialmente) significativo abre así un campo de conflictos que además de los posicionamientos políticos, se relaciona con la topología de los campos discursivos y la impronta de una gnoseología hegemónica (Angenot 1989). En la actualidad, la soterrada disputa por la producción de la *memoria colectiva* entre un sector discursivo esotérico (el historiográfico) y sectores doxológicos como el periodístico y el político, ha determinado una creciente tendencia a la divulgación por parte de los historiadores, a menudo contenciosa con relación al pasado reciente.

En tanto objeto de las ciencias sociales, el pasado reciente requiere ciertas determinaciones que desnaturalicen su relación con el tiempo psicológico de los individuos. En ese sentido, creo, es posible trasponer las propiedades que describen el campo de la Historia Reciente (cf. Franco y Lvovich 2017:190-192), para definirlo como un pasado próximo, que forma parte de la experiencia vivida por un sector de la población actual, e involucra acontecimientos y procesos que tienen efectos sobre el presente y, por lo tanto, presentan una dimensión política que pone en tensión las simpatías del investigador y la distancia crítica necesaria para la producción de saberes esotéricos, ya se trate de historia o de análisis del discurso. Un dilema que el investigador normalmente resuelve ateniéndose a las reglas de su arte (cf. Hobsbawm 1998).¹²⁴

124 Cabe preguntarse, sin embargo, cuál es el efecto de poder de estas producciones en una sociedad mediática, considerando el deterioro educativo y las adicciones juveniles a las nuevas tecnologías, que ponen en cuestión hasta la influencia de los medios masivos. “Y nos encontramos con una sociedad muy fragmentada, donde los estudiantes visitan las

En todo caso, la Historia Reciente no hace más que confirmar que también el tiempo de la historia es el presente (cf. Hartog 2003:14). Pero, si toda producción discursiva del pasado es por definición selectiva y de interés contemporáneo (cf. Williams 1997: 137-138), la construcción periodística de un pasado, sobre todo si sus secuelas operan en el presente, está doblemente vinculada a la construcción de la actualidad y la formación de opinión y, por lo tanto, orientada a una configuración de *lo memorable* acorde a la correlación contemporánea de fuerzas en el espacio simbólico. Conviene retener, por lo tanto, que la selectividad de los discursos esotéricos se justifica mediante la explicitación de sus condiciones epistemológicas de producción; pero el discurso doxológico de los medios es lacunario por definición, y difícilmente explicita sus presupuestos políticos o empresariales.

La consideración de los diversos géneros periodísticos demuestra que las construcciones más orgánicas del pasado se producen en aquellos donde predomina la estructura narrativa, fundamentalmente, la crónica, un relato que interpreta los hechos reponiendo su lógica temporal y causal. No obstante, todos los géneros pueden (y a menudo lo hacen) incluir microsecuencias narrativas para sus propios fines. Por ejemplo, la economía de los géneros informativos (i.e., expositivos), orientada a la producción de la actualidad, admite las referencias al pasado como antecedentes directos de los hechos noticiables o como información incidental acerca de los sujetos u objetos involucrados. A su vez, en los artículos de opinión, la argumentación a menudo se funda en microrrelatos dotados de una funcionalidad cuasilógica. En la entrevista, por último, los microrrelatos son fundamentales no sólo para construir la trayectoria del entrevistado como *agente social* sino también el *estado de relación* en el que se insertaba en un *tiempo-espacio* determinado (cf. Costa y Mozejko 2002:20).

La entrevista no agota, sin embargo, la inclusión de otros enunciadores en los medios gráficos, que tienen la intertextualidad como condición de producción. Además del continuo recurso a las citas, los medios incorporan, en la medida que su espacio lo permite, una serie de voces otras (expertos, políticos, gremialistas...), bajo la forma de columnas de opinión o análisis. En conjunto con las notas firmadas por los periodistas del medio, esto genera una ilusión de polifonía sin afectar el rol determinante de la *enunciación institucional* que, a modo de una microhegemonía, establece el *pasado significativo* y los límites de aceptabilidad (la administración del olvido).

redes sociales, andan colgados de los celulares, pero no ven los noticieros ni leen la versión digital de los periódicos”, dice la historiadora Claudia Varela (“Crisis pregunta ¿qué historia se enseña hoy en la Argentina?”, *Revista Crisis*, número treinta y dos/ marzo y abril de 2018).

En conjunto, los tres medios analizados no presentan diferencias ideológicas notables y esto redundará en una serie de regularidades en su construcción de la conmemoración. En primer lugar, resulta evidente que (hoy) nadie puede hablar mal del Cordobazo, instituido como *gesta popular* contra la dictadura militar, lo que justifica aun las acciones violentas (injustificables en el presente democrático). Se trata por lo demás, de una gesta *trionfante*, ya que precipita la caída de Onganía (un recambio en la Junta Militar que pone fin al proyecto de desarticular definitivamente la democracia de partidos). Por último, en tanto gesta *local*, el Cordobazo se alinea con la Reforma Universitaria como un hito de la identidad cordobesa frente al centralismo porteño. A pesar de todo ello, el Cordobazo es un pasado irrecuperable, cuya única “lección” para el presente es la consigna de *unidad en la lucha*, utilizada retóricamente por todos, aun aquellos sectores partidarios o gremiales cuyas prácticas no resistirían la comparación. Esto no impide las lecturas presentistas, que coinciden en la axiologización positiva del sistema democrático, aunque difieren, según los casos, al comparar la (actual) corrupción de las dirigencias gremiales con la honestidad de los dirigentes del Cordobazo, o al equiparar las políticas de Macri a las de la dictadura.

Sin embargo, a manos de los enunciadores no sólo periodísticos, sino políticos y gremiales, el contexto en el que se produce el Cordobazo se empobrece y simplifica linealmente. Por cierto que se trató de un acontecimiento político, pero el énfasis en el carácter democrático (i.e., antidictatorial) de la protesta, en desmedro de las causas socioeconómicas, y también gremiales (el enfrentamiento con las burocracias sindicales acuerdistas), es de interés profundamente contemporáneo; ya que “rememorar” ese contexto mucho más complejo implicaría reconocer que el *futuro temido* que la clase obrera salió a enfrentar en 1969 (cuando Tucumán ya había ardidido); esto es, la desindustrialización, el desempleo y la precarización laboral (cf. Tcach 2012: 222-223, 228), son parte hoy del *presente advenido*. Sin contar el hecho paradójico de que el *futuro temido* conviviera a fines de los '60 con un *futuro posible*, el del cambio social alentado por las luchas de los dominados en todo el mundo.

En el mismo sentido, la singularidad del Cordobazo como manifestación *autónoma* de la clase obrera y el pueblo de Córdoba, por esta vez clase-para-sí y pueblo- para-sí, no encuentra lugar en el discurso de sus contemporáneamente interesados conmemoradores, probablemente porque pondría de manifiesto el carácter ficticio de la continuidad de los colectivos. Y no sólo por el tiempo natural de las generaciones.

Angenot, M.(1989). 1889 *Un état du discours social*. Québec: Le Préambule.

Costa, R. y D. T. Mozejko (2002) “Producción discursiva: diversidad de sujetos”, *Lugares del decir*. Rosario: Homo Sapiens, pp.13-42.

Fatala N. (2013). “El lugar del otro en la construcción discursiva de los sujetos colectivos”, *Il senso delle soggettività. Ricerche semiotiche*. Serie especial de la Revista de la Associazione Italiana di Studi Semiotici (AISS), 15/16. Roma: Edizioni Nuova Cultura, pp.206-211.

Franco, M. y Lvovich, D. (2017). “Historia Reciente: apuntes sobre un campo de investigación en expansión”, *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana “Dr. Emilio Ravignani”*, Tercera serie, núm. 47, segundo semestre de 2017, pp. 190-217.

Hartog F. (2007). *Regímenes de historicidad. Presentismo y experiencias del tiempo*. México: Universidad Iberoamericana. Departamento de Historia.

Hobsbawm, E. (1998) “La historia de la identidad no es suficiente”, *Sobre la Historia*, Capítulo XXI. Barcelona: Crítica: Grijalbo Mondadori, pp. 266-276.

Koselleck, R. (1993). *Futuro pasado. Para una semántica de los tiempos históricos*. Barcelona: Paidós.

Tcach, C. (2012). *De la Revolución Libertadora al Cordobazo. Córdoba, el rostro anticipado del país*. Buenos Aires: Siglo XXI Ed.

Yerushalmi, Y. (1989). “Reflexiones sobre el olvido”, Yosef Yerushalmi et al.: *Usos del Olvido*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Verón, E. (2004). “Cuando leer es hacer: la enunciación en la prensa gráfica”, *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa, pp.171-191.

Violi, P. (2014) *Paesaggi della memoria. Il trauma, lo spazio, la storia*. Milán: Bompiani.

Williams, R. (1997). *Marxismo y Literatura*. Barcelona: Península /Biblos.

Žižek, S. (1992). *El sublime objeto de la ideología*. México: Siglo XXI.



FICCIÓN, VELO Y MARGINALIDAD. REPRESENTACIONES DE INFANCIA

Robledo, Paula

UNC / pauu.robledo@gmail.com

Palabras claves: márgenes; sujetos; discursos; análisis; audiovisual

Desde hace algunos años, las infancias representadas en los discursos audiovisuales de argentina, han sufrido algunas modificaciones. Entre ellas, algo tan importante como darles voz y entidad de sujeto a los niños y niñas de estas representaciones. Históricamente, el carácter pedagógico y de promoción de valores a las producciones para niños fueron la característica principal, además de estar veladas detrás de recursos cómicos y reiterativos “Esta asociación de lo infantil y lo cómico está fundada en un corpus amplio e históricamente presente (Kirchheimer 2005: 2). El viraje hacia el niño como sujeto, propuso en consecuencia, un destinatario infantil activo: “En recepción, la lectura no reside solamente en los contenidos; reside en los contenidos siempre “tomados a cargo” por una estructura enunciativa donde alguien (*el enunciadore*) habla, y donde un lugar preciso le es propuesto en tanto que *destinatario*.”(Verón 1985: 5)

Si bien existen distinciones modales entre los films destinados a un público infantil (o que no los excluye) y los destinados a un público exclusivamente “adulto”, la idea de infancia que cada enunciadore construye, no se vería modificada en función del público al que va dirigido. Es decir, que más allá de la segmentación de público al que apela cada discurso, las nociones o elaboraciones sobre representaciones de sujetos pueden leerse en clave de sus condiciones de producción (teniendo en cuenta que generalmente, los discursos audiovisuales tanto para niños o no, son puestos en circulación por adultos). “El modelo de infancia se da “entre la imagen que se da de sí mismo y que una sociedad construye para la generación infantil en una época y las trayectorias individuales” (Carli 2011: 2).

Mi trabajo se enmarca el proyecto de investigación de Secyt: **En los márgenes: sujetos, discursos y políticas de vida en la contemporaneidad** (2018-2020). El proyecto, que abarca en su corpus producciones de entre 2010 y 2020, tiene como punto nodal el cambio de

paradigmas sociales que se produce en el año 2015 junto con el cambio hacia políticas neoliberales. Entendiendo que con ello, se modifican los sentidos volcados en los discursos, en especial los de representaciones de sujetos en relación al estado. En mi trabajo tomo el rasgo “infancias” en audiovisual argentino vinculado a “lo marginal”. Me propongo analizar de forma comparativa dos producciones audiovisuales: *El Chavo* (Rinero, 2015) película cordobesa y *La fragilidad de los cuerpos* (Polka-Turner-2017) serie de Buenos Aires. Ambas producciones cuentan con la participación de niños/as, ¿cuáles son las semejanzas y diferencias en la constitución de estas representaciones de infancia? ¿Cuáles son las huellas de las condiciones de producción en cada caso? ¿Qué relación puede trazarse entre infancia, marginalidad y ficción?

Bibliografía

Carli, S. (2011) *La Infancia como Construcción Social*, 2

Kirchheimer M. (2005). “El reproche de la comicidad. Lecturas sobre dos dibujos animados no infantiles”, *Revista Figuraciones* N°3, IUNA Crítica de Artes, 2.

Verón, E. (1985). *El análisis del “Contrato de Lectura” Un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media*. Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications (IREP, París), 5.

CUERPOS, SEXUALIDAD E IDENTIDAD: MIRADAS EUROPEAS SOBRE REALIDADES LOCALES EN EL SIGLO XIX

Rodríguez, María de los Ángeles

FCE- UNER - UNR / licmarodriguez@gmail.com

Palabras claves: viajeros europeos decimonónicos; discursos (de) en viaje; alteridad; cultura escrita; Pablo Mantegazza

A partir de las prácticas manifiestas en la cultura escrita de viajeros e intelectuales europeos del siglo XIX en la

Argentina, esta ponencia intentará socializar el abordaje de una de las líneas de investigación del proyecto “Discursos de viajeros europeos en la Argentina del Siglo XIX: Comunicación Transatlántica, Na(rra)ción y Alteridad”.

En un primer momento la idea es plantear cómo los discursos de los viajeros y sus intervenciones dan lugar a producciones de sentido específicas que simultáneamente configuran, orientan, dan forma a las construcciones discursivas de y sobre los sujetos, los objetos, los conceptos y las propias prácticas. A partir de esto se intentará plantear una nueva línea en el análisis sobre la construcción discursiva del “otro” pero en este caso, desde los discursos de los viajeros europeos decimonónicos, orientamos la mirada en relación a las diversas descripciones sobre el cuerpo: lo erótico, lo higiénico y lo estético, en sus “discursos de (en) viaje”.

La pregunta movilizadora es ¿cuál es el cruce de los imaginarios europeos y las realidades locales, en el acto de reconocimiento del ‘otro’ como un cuerpo sexualizado? Para esto, se recuperará la figura del Doctor Pablo Mantegazza, higienista y antropólogo italiano, que viajó en tres oportunidades a la Argentina, residiendo de manera intermitente entre 1854 y 1863. En las producciones escritas de este viajero, se rescatan las descripciones de hombres y mujeres del lugar, al igual que sus costumbres, a partir de un análisis de nuestro medio físico y social con una mirada médico-antropológica.

Perspectiva metodológica

Es en la experiencia del viaje donde se logra un reconocimiento del mundo y del otro (Román 2012), pero es también en este lugar de construcción discursiva de la alteridad donde se define la categoría de sujeto.

La descripción del aspecto físico, de las relaciones sociales que establecen, de aspectos morales y psicológicos, ponen en juego el vínculo que se constituye entre quién narra y quién es descripto. El viajero que al describir lo exterior se describe a sí mismo, supone un doble juego de construcción de la “alteridad”: “Es preciso encontrarme con el otro para encontrarme a mí mismo” (Todorov, 1984: 96). Retomamos aquí la problemática de la alteridad que plantea Todorov, a partir de tres ejes: el plano axiológico (juicios de valor), el praxeológico (relación con el otro de acercamiento o alejamiento) y el epistémico (el plano del ‘conocer’).

Por otra parte, estas narraciones no dejan de ser operaciones de poder que moldean los cuerpos y los deseos, a través de discursos que se constituyen en regímenes de verdad, y establecen las condiciones de posibilidad para pensar a los sujetos y sus cuerpos, que actúan en formas de tecnologías del yo (Foucault, 1990).

Las nociones de Foucault en torno al poder, pueden ser relacionadas con las narraciones sobre las prácticas físicas y las descripciones corporales para comprender los modos en que los cuerpos adquieren significado a partir de los discursos sociales.

Quién (d)escribe: Pablo Mantegazza

El viajero y naturalista italiano del siglo XIX, Paolo Mantegazza, figura que recorrió América del sur y es uno de tantos que intervinieron en la configuración del discurso científico moderno en la Argentina (Román 2012).

Nacido en Monza, Italia, el 31 de agosto de 1831, Pablo Mantegazza estudió Medicina en Pisa, Milan y Pavia, doctorándose en 1854, mismo año en el que empieza a viajar por Europa. Es en 1858 que se desplaza hacia el Nuevo Mundo, particularmente el Río de la Plata, donde ejerció la medicina en Argentina y el Paraguay por un tiempo.

Este higienista y antropólogo realizó tres viajes a América: en el primero residió en Nogoyá, Entre Ríos, provincia Argentina, entre 1854 y 1858; pero visitó Salta, la región del río Bermello y llegó hasta Bolivia. Tanto éste como dos viajes posteriores (1861 y 1863) son fuente para obras importantísimas en la descripción de América para los europeos: “Sulla América Meridionale (1858-1860)”, “Viajes por el Río de la Plata y el interior de la Confederación Argentina”; convirtiendo a Mantegazza en uno de los naturalistas que intervino el campo científico y cultural con producciones que “configuran, orientan, dan forma a las construcciones discursivas sobre los sujetos, los objetos, los conceptos y las propias prácticas” (Román 2012: 33).

Sus viajes por el norte y centro de Argentina le permitieron realizar un análisis de nuestro medio físico y social con una mirada médico-antropológica. En sus producciones escritas se rescatan las descripciones de hombres del lugar y costumbres; al igual que el estudio de la fauna local, la flora y sus propiedades medicinales. Entre las numerosas obras que escribió se destacan Fisiología del placer (1880), Fisiología del dolor (1888), Fisiología del odio (1889).

Falleció en Florencia el 28 de agosto de 1910.

De toda la producción científica y antropológica que encontramos de Mantegazza, vamos a rescatar aquella que surgió de sus dos últimos viajes.

“La porteña” y “la Hierra”

La narrativa de viaje en el siglo XIX, se caracteriza por

su pretendida 'objetividad' (Román 2012: 195). Es el médico en su relación directa con el objeto que describe el que construye, es en la narración de la experiencia del viajero en la que reposa el verosímil de su discurso: "Mi libro (...) es la simple y franca expresión de la verdad". En el mismo asegura que en sus palabras se encontrarán "fieles bosquejos", "cuadros de la naturaleza humana". (Mantegazza 1916: 12-14)

Esto le permite cargar juicios de valor su mirada, ubicándose (desde el plano axiológico) en un lugar de superioridad desde donde enuncia. El doctor que dibuja con palabras los sujeto/objeto es un narrador que, retomando lo que conoce, exagera sus características como en un relato del orden de lo mítico. Hay una moderación de lo europeo contra la intemperancia de lo local: "los jóvenes picando sus cabalgaduras parecen como recién salidas de las carreras desenfrenadas de la salvaje libertad, se ejercitan en juegos peligrosos..." (Mantegazza 1916:65)

Desde el plano praxeológico, se acerca a la figura de 'La porteña', quién mantiene conexiones por semejanza o por antagonismo con las europeas; mientras que el doctor se aleja de la práctica física y visceral de 'La Tierra'; como algo ajeno a lo conocido.

Desde el plano epistémico, crea figuras estereotípicas, mostrando un conocimiento general que descansa en un retrato específico: todas las porteñas, todos los gauchos. Así también, en los breves pasajes descriptos los cuerpos toman un lugar preponderante, ya que en el relato aparecen estableciendo claramente la división en el imaginario de lo femenino y lo masculino.

A partir de la descripción de la "porteña" se puede leer una definición del rol de la mujer: Sus tareas de madre, su función de esposa pero solapada en una serie de comparaciones, no siempre felices, en relación a los valores de las europeas. Estos valores no son solamente en relación a sus roles, sino en función a una serie de atributos simbólicos: Son más audaces, más atrevidas, más nobles que las europeas... Sin embargo son menos... sin embargo, son más: "La porteña aparenta muchas más pasiones de las que tiene, ama mucho menos que la italiana; es menos inconstante y maleable que la francesa; no tiene la sólida cultura ni la religiosidad de la inglesa pero es más mujer que todas." (Mantegazza 1916:40)

De la misma manera, se establecen las comparaciones físicas que la dejan en un lugar gris, entre el elogio y el insulto... donde se destaca su belleza, pero desde el exotismo inexplicable, desde lo que llega a ser extrañamente bello: "El cuerpo de la porteña es hermoso aun cuando el rostro es vulgar" (Mantegazza 1916: 40).

No por azar Mantegazza afirma que "su belleza es la Venus". Sin llegar a explicitarlo, se leen referencias sobre sexualidad en diferentes pasajes del escrito. El campo

semántico está cargado de "lascivia poderosa", "insólitos ardores", es así que queda flotando en el sentido del texto la construcción de la porteña como la manifestación femenina de la sensualidad y el pecado. Es una esposa que elige con quién casarse, más libre que cualquier otra que se correr del lugar de accesorio del hombre, para ubicarse en un lugar de acción, eso sí, llega a ese lugar, por sus atributos físicos y encantos sensuales.

Por otra parte, los atributos simbólicos masculinos se encuentran presentes en otros relatos de Mantegazza: en el caso de 'La Tierra', el rol masculino de control y disciplinamiento de las bestias sumado a las habilidades de llanero, que se mixturán con el montar a caballo y su postura al andar; dibujan un hombre tosco pero diestro.

En 'La Tierra' se destacan las habilidades del gaucho, pero nunca plenamente, dejando en claro su rudeza y su ignorancia: "Es extraño ver como el gaucho más grosero y menos inteligente, que tal vez no conoce la o por redonda, sabe distinguir perfectamente y a primera vista cien marcas distintas entre rebaños de varios propietarios que se han mezclado, lo mismo que traza el dibujo de todas en el suelo, aunque algunas sean complicadísimas" (Mantegazza 1916: 66)

Otro punto a tener en cuenta es cómo se representa la vestimenta. En el caso de la indumentaria femenina, recreando una estética femenina asociada a lo que esconde. No es decorativa, pero sí un rasgo identitario que la diferencia de otras mujeres del mundo. No sabe resaltar sus líneas, porque no sabe de moda. Otra vez, el lugar gris de elogio e insulto.

También encontramos la asociación de lo femenino al ámbito privado de lo reproductivo (es madre, cría a sus hijos); mientras que hay referencia al ámbito de la política (como espacio público) y la injerencia de la mujer en ellos. Es la porteña quién, desde su seducción, puede cambiar el rumbo de la sociedad, embrujando a los hombres: "Indirectamente ejerce gran influencia en los acontecimientos del país porque los hombres hacen muchísimo por una sonrisa suya". (Mantegazza 1916: 41)

Sólo el comienzo

En la "La Tierra" y en "La Porteña" pueden retomarse algunas cuestiones planteadas en esta línea de investigación. Dentro de los relatos de viajero europeos, retomamos así aquella que representa a los cuerpos como construcciones culturales que producen identidades. La comprensión de estos mecanismos discursivos, permitirá reconocer, no sólo el papel preponderante de los viajeros como constructores del campo científico y cultural de la época, sino el lugar que tuvieron en la configuración de identidades sexualizadas y sexualizantes, a partir de la descripción de los cuerpos.

Bibliografía

- Foucault, M. (1990) *Tecnologías del yo*, Barcelona: Paidós.
- Mantegazza, P. (1916) *Viajes por el Río de la Plata y el interior de la Confederación Argentina*, Buenos Aires: Imprenta y Casa Editora, Coni Hermanos.
- Román, M. S. (2012) *Discursos en viaje. Contactos culturales y figuras del “otro” en la Argentina del siglo XIX*, Buenos Aires, Editorial Biblos.
- Todorov, T. (1984) *Mikhail Bakhtin, The dialogical principle*, Minneapolis: University of Minnesota Press.

VIDEOVIGILANCIA Y VIOLENCIA DE GÉNERO: UN CASO DE CIRCULACIÓN DEL SENTIDO

Romero, Adrián Jesús

UNVM - UNC / adrianjromero@gmail.com

Palabras claves: delitos; discursos; hipermediatización; noticias; videocámaras

1. De la tienda a la calle

El caso analizado se origina en las imágenes registradas por el sistema de videovigilancia de una tienda en el centro de Villa María. El delito grabado fue el intento de femicidio que protagonizó Cristian Oliva en perjuicio de su ex pareja y madre de su hija, Alfonsina Becerra la mañana del viernes 30 de noviembre de 2018.

La dimensión mediana de Villa María¹²⁵, con una población aproximada a 100.000 habitantes, permite que todavía se difundan por el “boca a boca” los hechos que conmocionan por su gravedad y proximidad (Martini, 2004). Esa vocación difusionista vecinal se auxilia ahora por sistemas de mensajería como *whatsapp*. El mismo día circularon por allí los vídeos que “certificaban” el ataque femicida del que hablaba el rumor social. Cuando

125 El intendente Martín Gill va por la reelección en 2019. Promete hacer de Villa María “La ciudad con mayor videovigilancia de la provincia de Córdoba”.

la fiscalía pidió a los medios de comunicación que no se difundieran (*Villa María Ya!* 30 de noviembre de 2018), ya hacía un largo rato que las imágenes se habían viralizado entre los vecinos.

2. Del subsuelo del *whatsapp* a la nube de los medios digitales

Villa María Vivo fue creado en noviembre de 2013 y *Villa María Ya!* en marzo de 2016. Conforman el par de sitios *web* susceptibles de analizar, de modo comparativo como prescribe Verón (1996), las estrategias enunciativas sobre acontecimientos convertidos en noticias. Los incluimos en un segmento que, a los efectos analíticos, consideramos un subsistema mediático específico porque sus contenidos son producidos para la plataforma digital.

Villa María Vivo informó sobre el registro de la agresión en las cámaras pero invocó el “alto grado de violencia” para no publicarlas. *Villa María Ya!* sí lo hizo para ilustrar la noticia y asegurar que Oliva tuvo el propósito de matar. Otorgó el crédito de las imágenes con los genéricos enunciados “Gentileza Lector *Villa María Ya!*”. Nada cuesta suponer que, por el alto grado de viralización que ya tenían, los registros llegaran al medio digital por *whatsapp*. Además porque existe una vocación colaborativa de los vecinos en la que se auxilian este tipo de medios digitales (Romero y Koci, 2018) que encuentran en las redes sociales, historias e interesados (Gomis, 1991) para la definición de su agenda temática en una modalidad de periodismo hiperlocal (Bazán, 2015).

Con el ascenso de los videos, desde su circulación horizontal en *whatsapp* al subsistema mediático que componen los portales *web*, el acontecimiento se convirtió en noticia. Este desplazamiento además resignificó las imágenes por la inclusión de los elementos textuales y por su utilización, publicándolas o no, en la disputa por el sentido del hecho y por la legitimidad de las prácticas periodísticas entre dos portales de competencia directa.

3. De la ciudad al país

Incluimos aquí en un subsistema mediático diferente a los diarios *Puntal Villa María* y *El Diario del Centro del País* que se imprimen en la ciudad. La distinción se sostiene en la centralidad que ambos otorgan a los contenidos informativos soportados en la versión papel resignando la instantaneidad como valor periodístico.

Al día siguiente, ambos diarios informaron sobre el ataque femicida, la detención del agresor y el carácter leve de las lesiones recibidas por la víctima. Ninguno incluyó en sus versiones digitales los vídeos. *Puntal Villa María* no hace mención a su existencia ni a su viralización por sistemas

de mensajería y redes sociales pero narra lo sucedido a partir de lo que esas imágenes mostraban.

El Diario del Centro del País sí va a dedicar un apartado de su crónica a la singularidad de que “todo quedó grabado”. Señala también que las imágenes “se viralizaron a través de las redes sociales por lo que miles de villamarienses y villanovenses¹²⁶ pudieron ver con lujo de detalles cómo se produjo el brutal apuñalamiento”. Aunque no los difundió, sostuvo la narración a partir de lo que muestran los videos. Además sumó un reproche porque “curiosamente” se filtraron, para una circulación horizontal y por fuera de la institucionalidad mediática, las imágenes que ordenó la fiscal secuestrar para la investigación.

Canal 12 de Córdoba, El Diario de San Luis, Misiones On Line, Clarín, Infobae, Todo Noticias, Minuto Uno y Telefé son algunos de los muchos medios que difundieron el video grabado en un comercio de Villa María entre los días 2 y 3 de diciembre de 2018.

Este estadio implicó un cambio de escala por la ampliación del recorrido por donde circulan los videos. Los enunciadores ahora de ese registro son medios masivos de comunicación, algunos de ellos con posiciones hegemónicas dentro de un mercado de carácter oligopólico.

Pero este desplazamiento de la ciudad al país también comporta un movimiento ascendente ya que algunos medios dijeron haber recibido las imágenes de los propios vecinos. En estos casos podemos indicar una circulación inter-sistema, propia de la sociedad hipermediatizada, que resulta paralela a otra intra-sistema, característica de la sociedad moderna (Carlón, 2016).

Dentro del sistema mediático tradicional, la televisión tiene un lugar estelar y la inclusión de las imágenes del ataque femicida en *El Diario de Mariana* emitido el lunes 3 de diciembre de 2018 por *Canal 13* resignificaron el proceso de circulación. Este cambio de escala en la mediatización complejiza la dirección de la comunicación al punto que el movimiento ascendente de la circulación alcanza el cénit del que solo cabe descender.

4. De vuelta a casa

El programa de Mariana Fabbiani inscribió la exhibición de los videos en una emisión general destinada a la violencia de género. Las imágenes del ataque fueron proyectadas en *loop* durante los 40 minutos que se prolongó el bloque. Desde la pantalla, el sistema mediático interpelaba a los cibernautas desde el *hashtag* #DDM.

La circulación hipermediática llevó a los videos a significar sólo un recurso visual, como telón de fondo, para un debate acerca de la eficacia de las campañas, el grado variable de la utilidad de los botones antipánico, las medidas de restricción perimetral, etc.

De esa dilución del sentido local recupera el tema *Villa María Ya!* cuando al día siguiente, y cerrando la serie que tomamos, convierte en noticia la llegada a los medios nacionales del caso local. El martes 4 de diciembre de 2018 publicó los nombres de algunos medios porteños que informaron sobre el ataque sexista y acentuó que la producción del programa de Fabbiani “se comunicó con la producción de *Villa María Ya!* para solicitarnos el video, imágenes y nos tomaron como fuente para reconstruir esta historia del horror”.

Este nuevo estadio de la mediatización hace que el medio local vuelva a emitir las imágenes grabadas por las cámaras pero ahora “enriquecidas” con los *videographs* del programa televisivo. También incluye el posteo que la conductora hizo en la cuenta @ddm_oficial que tiene en *Twitter* con el *hashtag* #DDM. Y como plus anexa el enlace desde donde es posible ver completo el programa en *Youtube*. *Villa María Ya!* suma como valor agregado a su ejercicio periodístico haber provisto insumos a la industria de la información que produce modelos de actualidad (Verón, 1987). Este portal forzó el descenso de la circulación de las imágenes, resignificadas ahora por la exhibición a escala nacional y por la consagración que concede un emisor institucional.

Conclusiones

Identificamos diferentes fases en la circulación hipermediática del sentido en el caso abordado. Una primera es la ocurrida con el pasaje de las imágenes desde el espacio privado de la tienda al espacio público de la difusión por *whatsapp*. El desplazamiento resulta horizontal por la naturaleza par de las personas que se pasan los videos por teléfonos celulares. La segunda sucede con la recuperación, o no, que hacen los medios digitales de la ciudad de esos videos. *Villa María Ya!* los publica y cambia de estatus de enunciadore Este movimiento del que se valió, que no utilizaron los otros, constituye una práctica discutida dentro del periodismo. La tercera fase la definimos a partir de la expansión territorial que alcanzó la noticia posibilitada en parte por las condiciones socio históricas que tienen a la violencia de género como tópico central de la agenda mediática pero también por la disponibilidad de los videos que lo registraron de modo claro y exhaustivo. Otorgamos un carácter horizontal e intra-sistema a este desplazamiento por constituir una práctica habitual del periodismo la conversión noticiosa de acontecimientos que no guardan una proximidad geográfica pero sí una

¹²⁶ Gentilicio de los que habitan Villa Nueva, ciudad separada por un río de Villa María

gravedad y originalidad como criterios noticiables. Esta regularidad también se deriva de la consulta y la cita de fuentes que son también otros medios de comunicación en una asunción de una pertenencia al mismo sistema. La fase final la constituye el retorno al plano local de Villa María de los vídeos del ataque pero ahora con las marcas que les dejó la exhibición por el canal 13 de televisión en Buenos Aires. Las imágenes vuelven con la inscripción de los *videograph* de *El Diario de Mariana* aunque ya sin su especificidad. Se resignifica en el plano local para legitimar una práctica periodística y un enunciador institucional en el contexto de un debate que apenas comienza.

Bibliografía

- Bazán, C. (2015). "Periodismo hiperlocal: el valor de contar lo que está cerca". En: Roitberg, G. y Piccato, F. (Comp.): *Periodismo Disruptivo. Dilemas y estrategias para la innovación*. Buenos Aires: La Crujía.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Carlón, M. (2017). "La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión (segunda apropiación de la teoría comunicacional de Eliseo Verón: la dimensión espacial". em *Circulação discursiva. Entre produção e reconhecimento*. Maceio: Edufal.
- Carlón M. (2016) "Apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón", en *Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional*; en Vizer Eduardo y Carlos Vidales (coordinadores). Salamanca: Comunicación Social Ediciones.
- Carlón, M. (2008) "Maquinismo, naturaleza y sociedad en el discurso de las cámaras de informes climáticos y de control de tránsito por televisión". *Cuadernos de Información y Comunicación*, 13, 131-141.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del Periodismo - Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Martini, S. (2004). *Periodismo, Noticia y Noticiabilidad*. Bogotá: Norma.
- Romero, A y Koci, D. (2018). Periodismo y videovigilancia. Entre la noticia producida y el derecho vulnerado. *Actas del XX Congreso de Redcom y Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM*. Repositorio digital Biblioteca UNVM.
- Verón, E. (1996). *La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (1987). *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa.

Corpus

- <https://www.villamariaya.com/apunalada-buscan-a-la-ex-pareja-cristian-oliva/>
- <https://www.villamariaya.com/apunalada-en-el-centro-no-hay-dudas-videos-revelan-que-oliva-fue-a-asesinarla/>
- <https://www.villamariaya.com/mujer-apunalada-el-caso-llego-a-los-medios-nacionales-como-salvaje-intento-de-femicidio/>
- <https://villamariavivo.com/quedo-registrado-en-video-el-violento-momento-que-apunalan-a-mujer-en-el-centro/>
- <https://villamariavivo.com/violencia-de-genero-apunalaron-a-una-joven-en-el-centro-de-la-ciudad/>
- <http://www.eldiariocba.com.ar/pruebas-contundentes-contra-el-sujeto-que-apunalo-a-su-expareja/>
- <http://www.puntal.com.ar/policiales/Villa-Maria-quiso-matar-a-su-expareja-en-un-comercio-y-termino-detenido-20181201-0030.html>
- https://www.clarin.com/sociedad/video-trabajo-ex-mujer-apunalo_0_rINnORiB2.html
- https://eldoce.tv/el-doce-y-vos/violencia-de-genero-ataque-registrado-camaras-seguridad-video-villamaria-apunalo-su-expareja-local-ropa-quedo-detenido_76514
- <https://eldiariodesanluis.com/2018/12/03/fuerte-video-una-mujer-fue-apunalada-por-su-expareja-mientras-trabajaba-en-un-local/>
- <https://misionesonline.net/2018/12/04/un-intento-de-femicidio-en-cordoba-quedo-registrado-por-las-camaras-de-seguridad-de-un-local/>
- <https://www.minutouno.com/notas/5003113-tenia-una-orden-restriccion-fue-el-local-el-que-trabaja-su-ex-y-la-apunalo>
- <https://www.infobae.com/sociedad/2018/12/03/video-fue-al-trabajo-de-su-ex-pareja-y-la-apunalo/>
- <https://telegenoticias.com.ar/actualidad/fuertes-imagenes-una-mujer-fue-apunalada-por-su-expareja-mientras-trabajaba-en-un-local-de-villa-maria/>
- https://tn.com.ar/policiales/una-mujer-fue-apunalada-por-su-expareja-en-el-local-de-ropa-donde-trabaja_921088

REPRESENTAR LA EXCLUSIÓN. LA CRÓNICA PERIODÍSTICA FRENTE AL PROBLEMA SOCIAL (2001-2015)

Ruiz, Laura

US /laura.ruiz99@gmail.com

Palabras claves: construcciones discursivas; periodismo; crónica, exclusión social; cartoneras

Este trabajo indaga en los modos de construcción y en las transformaciones de la figura de la exclusión en zonas urbanas (Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires), en crónicas periodísticas, a partir de las formas, las innovaciones y las dimensiones socioculturales propias de estas producciones, así como su relación con los debates políticos y culturales del periodo 2001-2015.

Se puso en relieve la transversalidad del concepto de exclusión y de las rupturas del tejido social, fruto de las políticas neoliberales desarrolladas en los años previos, con el fin de analizar la incidencia de los ejes problemáticos realidad-ficción y periodismo-literatura, a través de un material simbólico que se desplaza estratégicamente en estos espacios entre inclusión/exclusión.

A fin de hacer visibles y manifiestos los procesos de construcción de representaciones se investigó un corpus de crónicas periodísticas que trama una red de discursos sociales y producciones simbólicas de la cultura argentina del período.

A los efectos de circunscribir el trabajo de campo establecimos criterios de selección partiendo de la diferenciación entre medios interpretativos y medios informativos (Martínez Albertos los llama “géneros periodísticos”, 1974: 88). Así, se elaboró la muestra de crónicas publicadas solamente en medios digitales informativos de mayor circulación –*Clarín*, *La Nación*, *Página/12*– y no se consideraron los interpretativos, de importante difusión de crónica periodística, tales como *Revista Anfibia* y *Cosecha Roja*.

Otra foco de reflexión fue analizar la posible relación específica entre realidad (propicia) y texto (la crónica) y la existencia de un tipo de estilo (forma-contenido) modelado según el productor (el medio y el escribiente) y el receptor (el tipo de lector). Todo lo cual abrió el examen de las innovaciones formales y el reposicionamiento en el campo de la cultura de la crónica periodística.

Como primer resultado se advierte que los diarios *La Nación* y *Clarín* no publicaron crónicas sobre temas sociales ni que representaran la exclusión. Sí un importante número de crónicas de la intimidad y de la vida cotidiana. Frente a esta crónica íntima e intimista, de la voz privada, hubo espacio para una crónica periodística social que se inscribe en la crónica latinoamericana tradicional, y que se publicaba en los suplementos de *Página/12*. Esto se condice con la afirmación de Gorodischer acerca del importante desarrollo de las materias de la intimidad y la vida cotidiana, que se dio entre los años 2000 y 2017 (2018). En estas crónicas se presenta un desarrollo de la intimidad que abarca variedad de temas de la vida cotidiana, las sexualidades, las nuevas disposiciones familiares, el cuerpo enfermo.

En contraposición, Elena Poniatowska señaló que, en América Latina, este género responde a una necesidad: la de “manifestar lo oculto, denunciar lo indecible, observar lo que nadie quiere ver, escribir la historia de quienes aparentemente no la tienen, de los que no cuentan con la menor oportunidad de hacerse oír. La crónica refleja más que ningún otro género los problemas sociales, la corrupción de un país, la situación de los olvidados de siempre. Sus hallazgos bien pueden saltar a la novela y por lo tanto resultan muy difíciles de encasillar. ¿No es ficción o es ficción o es las dos cosas?” (2012).

Para Poniatowska, los cronistas latinoamericanos ofrecen información que no se encuentra en la prensa oficial y, sobre todo, vinculan la experiencia personal al destino colectivo.

Objeta el apotegma de que el “subalterno” no puede hablar, por el contrario, considera que la potencia de su voz barre con todas las demás.

A los fines de este trabajo se consideró “excluidos/as” según la posición en torno al lugar donde se ubica la exclusión social, quienes están *fuera* de la sociedad: los excluidos sociales son sujetos inarticulados, invisibles, sin futuro, sobrevivientes que no son reconocidos o indigentes o no pueden recibir ayuda del Estado (Enríquez, 2007: 75) Para Lovuolo (citado por Enríquez, 2007), la exclusión es un fenómeno que no se entiende sin la noción de inclusión porque ambos son elementos de una misma dinámica. (76).

En el período inmediatamente posterior a la debacle del año 2001, se publican crónicas sobre la situación de pobreza extrema de gran parte de la población que se visibiliza con el aumento de número de indigentes en situación de calle, la mala o nula alimentación. Ya en 2002, comienzan a verse crónicas que trabajan sobre las culturas de supervivencia, las formas de reorganización y de solidaridad barrial de las personas frente a la crisis. Se encontraron textos sobre fábricas tomadas –especialmente escritos que tratan el caso de la

fábrica recuperada Brukman—; sobre el club del trueque, que involucra no solamente a pobres y sino también a una clase media empobrecida; comedores populares; organización de murgas en las villas; talleres literarios en la cárcel de mujeres (muchas de ellas analfabetas).

En el recorte temporal que va del 2002 al 2015, los cronistas también escriben sobre la violencia institucional empleada, principalmente, en niños y adolescentes. Se advierte, en este período de tiempo, la conformación de “nuevas minorías” (Bhabha, 2013), como la de los/as cartoneros/as, en una travesía de la degradación: primero fueron migrantes internos y llegaron a instalarse en asentamientos obreros del Conurbano bonaerense. Fueron trabajadores asalariados en fábricas, hasta que la crisis los arrastró a la desocupación. La pérdida de trabajo los empujó a atravesar otra frontera: empezaron a “cirujear”, a buscar en la basura.

A partir del año 2004, los temas sociales empiezan a ser más escasos en las publicaciones de estos periódicos. Hay que esperar hasta 2006 para que se publiquen algunas crónicas sobre migrantes explotadas en las textileras y mujeres mayores en situación de calle. El nuevo gobierno kirchnerista, desde su inicio en el año 2003, tuvo como ejes principales la recuperación de la política como herramienta de transformación social. Otro de los ejes fundamentales fue el cambio de paradigma en las políticas sociales, para empezar a recorrer un camino de inclusión y en las que se asumía a cada uno de los ciudadanos como sujetos titulares de derechos.

Estas políticas se pueden enfocar en sectores etarios social y económicos: Asignación Universal por hijo (niñez); Jubilación universal (vejez), plan procrear, plan PROG.R.ES.AR, FINES (jóvenes); Programa de Ingreso Social con Trabajo “Argentina Trabaja” llamado “Ellas Hacen” orientado a las mujeres desocupadas, priorizando aquellas en situación de violencia de género, y que vivían en villas y asentamientos o barrios emergentes. También políticas con perspectiva de género que resultaron transversales a todo el abanico social (matrimonio igualitario, Ley de identidad de género, Ley de Protección integral a las mujeres).

Hay tres crónicas en red temática que trabajan un tema que atraviesa el período de crisis y la época kirchnerista. Estas crónicas sobre “cartoneras” muestran que existe una línea divisoria muy difusa entre inclusión y exclusión y que las trayectorias trazadas pueden ir de una a otra alrededor de ese eje problemático.

Los textos analizados en red fueron publicados en el suplemento *Las 12* del diario *Página/12*: “Ojos de papel” de Alejandra Dandan (9/08/02); “Territorios” de Marta Dillon (7/02/2003) y “Trabajo y violencia” de Noemí Ciollaro (21/11/2014). Indagar particularmente en estas crónicas, que reflexionan alrededor del vector exclusión/

inclusión/exclusión, a la vez que problematizan el asunto social, permitió mostrar la incidencia de los ejes problemáticos realidad-ficción, periodismo-literatura a través de un material simbólico que se desplaza estratégicamente en estos bordes.

Bibliografía

- Bhabha, H. (2003). *El lugar de la cultura*. Buenos Aires: Manantial.
- Enríquez, P. (2007). “De la marginalidad a la Exclusión Social: Un mapa para recorrer sus conceptos y núcleos problemáticos”. *Fundamentos en Humanidades*. Universidad Nacional de San Luis I(VIII), 57/88.
- Gorodischer, Julián (2018) *Los atrevidos. Crónicas íntimas de la Argentina*. Buenos Aires: Marea Editorial.
- Martínez Albertos, J. L. (1974) *Redacción periodística. Los estilos y los géneros en la prensa escrita*. Barcelona: Editorial ATE.
- Poniatowska, E. (10 de octubre de 2012). “De Tlatelolco a #yo soy 132” <https://fundaciongabo.org/es/recursos/discursos/de-tlatelolco-yosoy132-cronicas-de-la-resistencia>. Recuperado el 10 de mayo de 2019, de fnpi: <https://fundaciongabo.org/es/recursos/discursos/de-tlatelolco-yosoy132-cronicas-de-la-resistencia>.

MODELOS DE SOCIEDAD EN EL MUNDO DE KRYPTÓN: DE LA UTOPIA TECNOLÓGICA A LA TECNOLOGÍA DISTÓPICA

Salinas, Martín Alejandro

FCH - UNSL /masalinas@unsl.edu.ar

Palabras claves: otros; agentes sociales; cómic; Superman; historieta

La historia es conocida: un científico coloca a su pequeño hijo en una nave con destino a la Tierra. Su objetivo: salvarlo de la inminente destrucción de su planeta. El

cohete aterriza en el corazón de Estados Unidos y el bebé es adoptado por una pareja de ancianos, los Kent, que lo bautizan con el nombre de Clark y le inculcan los valores estadounidenses. Cuando llega a la edad adulta y descubre sus maravillosos poderes, el tímido Clark da lugar a Superman, la encarnación viviente del *Modo Americano* y la personificación ideal de los valores capitalistas. Pero, ¿cuál es el lugar de origen de un ser con esas características? Para los amantes del género superheróico, la respuesta a esta pregunta es obvia: el lejano planeta Kryptón. A lo largo de ochenta años, ese mundo ficcional ha sido retratado a través de prácticamente todos los medios de comunicación modernos: las revistas, los diarios, la radio, la televisión, el cine e internet. En la mayoría de esas versiones, la sociedad kryptoniana fue descrita como la concreción casi perfecta del sueño positivista de organizar al mundo alrededor de la razón y la ciencia. En este trabajo nos detendremos sólo en una de estas visiones, la del autor inglés John Byrne, importante por ser la primera en la que se plantea una reformulación completa de esa realidad ficticia y se trastocan los valores que parecieron guiar durante medio siglo, su constitución.

Creado a mediados de la década de 1930 por Jerry Siegel y Joe Shuster, dos amantes de la ciencia ficción, era esperable que Superman fuera imaginado como el último hijo de una utopía tecnocrática, en consonancia con el optimismo tecnológico que ofrecían las primeras narrativas de la ficción científica. Y aunque en la literatura las profecías optimistas dieron rápidamente paso a las apocalípticas, en los cómics del Hombre de Acero, habría que esperar medio siglo para que eso ocurriera.

Hacia 1986, DC Cómics había decidido hacer borrón y cuenta nueva en su continuidad y había emprendido la ardua tarea de revitalizar a sus personajes principales. Entre ellos se encontraban Wonder Woman, Batman y, por supuesto, su héroe insignia, Superman. Mientras que para recontar la historia de los dos primeros, la firma eligió a autores que ya tenían una larga carrera dentro de la compañía, para el Hombre del Mañana, tal vez su relanzamiento más exitoso, la editorial contrató a Byrne, una estrella que había ascendido rápidamente en su competidora, Marvel Cómics. Nacido en Inglaterra pero criado en Canadá, este artista se había ganado la reputación de ser un rescatador de títulos fallidos. Como dibujante y co-guionista, venía de llevar a la serie *The X-Men*, desde el fondo de las listas de ventas, al primer puesto. Después de su éxito en el cómic de los mutantes, el creativo se mudó a *Fantastic Four* y también fue capaz de revivir esa franquicia. Fue entonces cuando DC lo convocó para infundirle nueva vida a Superman.

Según Bradford Wright (2003), la fórmula de Byrne era simple: “recordar lo que había hecho exitosa una serie popular en primer lugar y luego reescribir esas cualidades

nostálgicas en una narrativa moderna de superhéroes” (p. 265)²⁷. En lo que respecta a Superman esto significaba ‘volver a las raíces’, es decir, despojar al personaje de las ingenuidades acumuladas a lo largo de años, reducir el nivel de sus poderes para humanizarlo, e inocularle una dosis de “realidad” al mejor estilo Marvel.

Para los viejos seguidores del justiciero, los cambios que Byrne introdujo fueron radicales. Entre ellos, uno de los principales era sin dudas, la nueva visión de Kryptón, el planeta natal del héroe, que era presentado ahora como una sociedad fría y despiadada donde el amor estaba prohibido y la procreación se realizaba únicamente a través de la manipulación genética, en asépticas cámaras de gestación. Si en las versiones anteriores, el único error de la sociedad kryptoniana había sido la arrogancia de no aceptar los indicios científicos que anticipaban su inminente destrucción, en la de Byrne, sus instituciones acumulaban tantos pecados, que su destrucción era casi un acto de justicia divina.

El objetivo de nuestro trabajo será entonces, analizar los sentidos posibles, definidos como modelos de sociedad y visiones del *otro*, en la serie de historietas de Superman escritas por Byrne y publicadas entre 1986 y 1988. Nos referimos a los números 1 y 6 (diciembre de 1986) de la miniserie *Man of Steel* y los números 1 al 4 de la miniserie *World of Krypton* (diciembre de 1987 a enero de 1988), con el objetivo de reconocer al cómic como un discurso portador de sentido, en el que se dirime la lucha por imponer visiones-versiones-modelos del mundo y de los *otros*.

Así, intentaremos identificar las estructuras internas y externas a lo largo del relato para interpretar las prácticas de los agentes y culminar en las estructuras axiológicas presentes. En otras palabras, pondremos en relación a estos discursos con sus condiciones de producción, entre las cuales destacamos el ascenso al poder mundial de lo que se conoció como la *Nueva Derecha*, cuyos emblemas más famosos fueron el presidente de los Estados Unidos, Ronald Reagan y la primera ministra británica, Margaret Thatcher.

En lo que respecta a nuestra perspectiva teórica, esta se basará en autores como Pierre Bourdieu -específicamente en su libro *Las Reglas del Arte. Génesis y estructura del campo literario-*, Eliseo Verón, Roberto von Sprecher, Eugenia Boito y Umberto Eco. Asimismo, cabe destacar que este análisis se enmarca en lo que varios investigadores, sobre todo en la academia anglosajona, han caracterizado como los estudios sobre cómic. En nuestro país, esta línea encarna, entre otros, en el proyecto de investigación conocido como *Estudios y Crítica de la Historieta Argentina*, avalado y subsidiado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba, que lleva publicados una decena de

libros en los que analiza el noveno arte desde casi todas las perspectivas posibles: estudios de consumo, economía política, filosofía, semiótica y estética, entre otras.

Bibliografía

Wright, B. (2001). *Comic Book Nation: The Transformation of Youth Culture in America*. Baltimore,

Estados Unidos: The Johns Hopkins University Press.

TRAYECTORIAS LABORALES, DE VIDA Y SUBJETIVIDAD(ES) DE JÓVENES Y ADULTOS JÓVENES RIOCUARTENSES. 1991-2015

Steigerwald, María Alejandra

DCC - UNRC /alejandrastei@hotmail.com

Palabras claves: trabajo; prácticas; vulnerabilidad social; significaciones; sentido vivido

La presente Ponencia forma parte de una investigación más extensa que consiste en la Tesis de Maestría en Ciencias Sociales titulada “*La construcción de subjetividades en condiciones de fragilidad laboral: estudio de casos en ciudad intermedia pampeana*” (FCH-UNRC.).

El Gran Río Cuarto (GRC) - provincia de Córdoba - no fue ajeno a las difíciles condiciones macroeconómicas e institucionales durante los primeros diez años del siglo XXI. La crisis internacional de 2008 y los conflictos políticos internos sobre la apropiación de la renta agropecuaria supusieron una aguda conmoción económica sobre el GRC, más elocuente incluso que la reconocida en el país, según G. Busso y E. Carniglia (2013). En este contexto cobra relevancia observar durante el período 2004-2009, etapa de recuperación económica e institucional, las *subjetividades femeninas y masculinas* en relación con el *mundo del trabajo*, a través de *entrevistas* realizadas en aquel período para interpretar *qué significado otorgaban al trabajo jóvenes y*

adultos jóvenes riocuartenses.

Para ello partimos del siguiente *interrogante*: ¿sigue siendo el trabajo, como en tiempos pasados, un instrumento de desarrollo y crecimiento tanto individual como social?.

Delimitamos nuestro *problema de investigación* que consiste en indagar si *la posibilidad/existencia del trabajo (o su ausencia) en la sociedad moderna condiciona e interviene en la configuración de las subjetividades de los jóvenes y adultos jóvenes riocuartenses y en la generación de prácticas para enfrentar riesgos y vencer condiciones de vulnerabilidad.*

Nos proponemos como *objetivo general* analizar las trayectorias de vida y los procesos de precarización de las trayectorias laborales de trabajadoras/es jóvenes y adultos jóvenes ocupadas/os y desocupadas/os y los significados que los sujetos les atribuyen en diferentes momentos de sus existencias.

Por otro lado, establecemos como *objetivos específicos*: 1) comprender e interpretar cómo se construyen las subjetividades de los individuos considerando sus trayectorias vitales y laborales en contexto de vulnerabilidad social; 2) analizar las significaciones que emergen sobre el trabajo (precario, “no decente”) y la falta de trabajo entre los riocuartenses a través de entrevistas en profundidad; y 3) conocer ‘el sentido vivido’ por los sujetos en sus prácticas cotidianas (estrategias) para superar dicha vulnerabilidad y la construcción de las subjetividades en torno al mundo del trabajo.

Metodología

Algunas de las *dimensiones de análisis* de nuestro estudio son: significados dados al trabajo; participación sociocultural; diferentes usos del capital social; “sentido vivido” de necesidad; significados dados a lo material y a lo simbólico; significados dados a lo vincular.

Nuestro enfoque es predominantemente cualitativo en la realización e interpretación de las entrevistas en profundidad, y análisis de los relatos de los entrevistados. Se trata de un estudio de casos, y de una muestra de tipo intencional.

Los *entrevistados* son jóvenes y adultos jóvenes, de ambos sexos, con distintas situaciones laborales, trabajadores activos, precarios, desocupados, y desocupados que buscan activamente trabajo. Los mismos pertenecen a sectores de clase media, vinculados a la educación universitaria, residentes en la ciudad de Río Cuarto (provincia de Córdoba). Las entrevistas son realizadas entre los años 2004 a 2009, período de relativo crecimiento económico.

No obstante, ampliamos para el análisis nuestro contexto

desde 1991 a 2015, período caracterizado por intensa inestabilidad económica, política y social.

Utilizamos además de distintos autores, como herramienta para el análisis la *Tipología* de G. Kessler (2000), pensada para la experiencia de empobrecimiento vinculada a la redefinición del mundo social en tiempos de cambio.

Consideramos también las siguientes *dimensiones de análisis*: trayectorias laborales y de vida; significados vinculados a otras áreas de la vida cotidiana; prácticas (estrategias) utilizadas para enfrentar riesgos, vencer la vulnerabilidad y evitar la exclusión; valoración del capital cultural - importancia dada a la educación.

Conclusiones

Al analizar los *testimonios de las mujeres entrevistadas* observamos que utilizaron una gran variedad de *estrategias* para relacionarse con el trabajo a partir de distintas subjetividades construidas desde sus historias personales e interacciones sociales. Para el análisis se emplearon las categorías de G. Kessler (2000) respecto de sujeciones-subjetivaciones, a saber: a) *solidarias*, b) *pragmáticas* y c) *meritocráticas*.¹²⁸

En relación con los casos de *entrevistadas que estuvieron viviendo en el extranjero*, por motivos laborales y/o personales, recordemos que la práctica de viajar y vivir, trabajando en el extranjero ya constituye de por sí una *estrategia*. Advertimos que, entre ellas *se da una mayoría del tipo solidario*, según Kessler (2000). Estas mujeres poseen *trayectorias con fuertes quiebres*, los cuales no se producen inicialmente en sus historias ocupacionales, pero que tienen un alto impacto en sus modos de inserción, en sus entradas y salidas del mercado de trabajo, nos muestran la vinculación permanente entre la reproducción social y la trayectoria ocupacional y sus múltiples interrelaciones (Zamanillo, 2007: s/d).

Los *testimonios de los hombres* refieren a las diferentes estrategias que los entrevistados implementan para relacionarse con el trabajo, en relación con *subjetividades* en las cuales las historias personales y las interacciones sociales construidas fueron configurando sujeciones-subjetivaciones que en términos de Kessler (2000) podríamos designar del *tipo pragmático* en su tipología¹²⁹,

128 a) *Solidarias*: caracterizadas por: uso de capital social alto, valorización de capital cultural alto; tendencia a lo colectivo; b) *Pragmáticas*: uso del capital social alto, valorización del capital cultural alto; no despliegan individualismo a ultranza; c) *Meritocráticas*: uso del capital social bajo, valorización del capital cultural alto; visión individualista del ascenso social (Kessler, 2000: 25 a 50).

129 A diferencia de nuestras entrevistadas mujeres, las cuales clasificamos en *diferentes tipos* siguiendo la misma tipología de análisis.

es decir: “somos lo que hacemos”, característico de la modernidad tradicional. La mayoría *significa el trabajo* como “*meta*”/deber.

Podemos decir que observamos *continuidades y rupturas* en las *trayectorias* de los entrevistados que siguen valorando al trabajo desde una óptica central, y quienes lo realizan como medio para llevar adelante sus vidas en *otras esferas que son altamente apreciadas como: la cultura, el arte, la militancia, la familia, los afectos*. Así, algunas trayectorias no adhieren en forma homogénea al pensamiento dominante de la centralidad del trabajo en el capitalismo contemporáneo, sino que muestran una *ruptura* de la relevancia del trabajo como base conformadora de sentido en la definición de la identidad. Y ello supone posibles modificaciones en las *significaciones del trabajo* típicas de la “sociedad salarial” y del lugar que ocupan en la construcción de proyectos de vida de los sujetos.

En los relatos, *sobre la significación dada al trabajo, desde la concepción masculina* es de gran importancia la *competitividad* en el ámbito público, laboral, y algunos entrevistados se defienden desde la *referencialidad*, es decir por medio de la *racionalidad*. En cambio, *la concepción femenina* se basa fundamentalmente en la *emocionalidad*.

Así, en algunos testimonios de las mujeres entrevistadas queda claro la *importancia del trabajo en grupo* y la *relevancia de lo afectivo como sostén en lo laboral*. Lo anterior se presenta con más frecuencia en el caso de las mujeres entrevistadas que en el de los varones.

Para los varones entrevistados, la mayoría *significa al trabajo* como *meta, deber individual*: (en lo que notamos presencia de más *racionalidad*). La mitad comparte ese significado, salvo uno que especifica que no quiere vivir para trabajar. Para él el trabajo es o tendría que ser “*sólo un medio para la vida y no la vida misma*”, en eso consistiría la diferencia entre “*trabajar para vivir, o vivir para trabajar*” (Grassi y Danani; 2009: 24). En contraste, *para las mujeres entrevistadas*, la mayoría *significa al trabajo* como *pasión, placer, servicio*, (en lo que se destaca una mayor *emocionalidad*). En contraparte, esta misma significación pero en una minoría es entendida por parte de nuestros entrevistados masculinos. Se podría afirmar que existe una inversión de las significaciones.

Además, trabajar no sólo significa la posibilidad de disponer de un ingreso. *Para algunos entrevistados varones* el trabajo *es su vida, su modo de vida*, esto significa que en estos casos también *se trasciende el significado del mero ingreso*. Por su parte, *para las entrevistadas*, salir a trabajar consiste en realizar algo distinto de la rutina doméstica, trabajar implica *tener un tiempo propio* (Pérez en Álvarez (comp.); 2011:79 a 105). No obstante, la base sigue siendo la de mujer *cuidadora, protectora*; el mundo

del trabajo conlleva una extensión a la esfera pública de la lógica de lo doméstico. No hubo cambios en la esencia del contenido del trabajo pero sí los hubo en la mirada que se efectúa del trabajo.

En cuanto a las reflexiones de índole metodológico, sobre el proceso de investigación consideramos aciertos y limitaciones del abordaje. Las dificultades encontradas estuvieron vinculadas con el concepto de subjetividad y con cómo utilizar eficazmente la teoría de la complejidad en la práctica investigativa.

Consideramos que la tipología de Kessler (2000) nos provee categorías analíticas muy redituables como punto de partida para establecer regularidades y diferencias en las prácticas de los entrevistados. No obstante, observamos algunos límites del instrumento de esa para el análisis de la subjetividad, puesto que esta última constituye un proceso de construcción en el tiempo y la tipología es una cuestión más estable, invariable.

Sobre algunas líneas de investigación posibles, el presente estudio abre nuevas y diversas cuestiones que requieren ser exploradas y analizadas a fin de continuar profundizando en la temática del trabajo en relación con los sujetos. En principio podrían ser las siguientes:

- a) Indagar la importancia del ocio en la configuración de las subjetividades de jóvenes y adultos jóvenes riocuartenses.
- b) Estudiar la subjetividad de los feriantes, sus trayectorias de vida y laborales, así como las estrategias que despliegan. Conocer también cómo es su vínculo con el ocio, en jóvenes y adultos jóvenes riocuartenses.

A modo de cierre, es necesario reconocer que, si bien el presente trabajo de investigación nos permitió reflexionar sobre los procesos de configuración de subjetividades a partir del análisis de los relatos, de las trayectorias laborales y de vida de los entrevistados, consideramos que se han abierto otra serie de interrogantes en relación con las prácticas/estrategias laborales actuales que habilitan la posibilidad de continuar ahondando en diversas líneas de investigación respecto de esta temática.

Bibliografía

Busso G. y E. Carniglia (2013). Políticas de Desarrollo para los Municipios del Gran Río Cuarto. Diagnósticos, agendas y proyectos 2011-2020. UniRío Editora. RíoCuarto. (Pp. 49 a 73).

Grassi y Danani; 2009. *El mundo del trabajo y los caminos de la vida. Trabajar para vivir: vivir para trabajar*. Espacio Editorial. Buenos Aires. (Pp.9 a 38 y 345 a 3589)

-Kessler, G. (2000). Redefinición del mundo social en tiempos de cambio. Una tipología para la experiencia de empobrecimiento. En Svampa, M (editora) 2000. *Desde abajo. La transformación de las identidades sociales*. Biblos. U.N.de Gral. Sarmiento. Bs. As. (Pp. 25 a 50).

Pérez, I. en N. Álvarez (comp.); 2011. " Que sepa abrir la puerta para ir a chusmear. La vida cotidiana entre lo público, lo privado y lo doméstico: apuntes para una problematización en *Familias, género y después... Itinerarios entre lo público, lo privado y lo íntimo*". Prohistoria Ediciones. ART – Talleres Gráficos. Rosario. (Pp 79 a 105).

Zamanillo, M. 2007: Los sentidos del trabajo: contextos socio-históricos y trayectorias laborales. Ponencia presentada en el V Congreso Latinoamericano de Sociología del Trabajo. ALAST. Montevideo. (s/d)

NOTICIAS SOBRE ABUSOS CONTRA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES. LA MIRADA QUE JUDICIALIZA

Yornet, Cecilia

DCC - FCS - UNSJ / ceinyor@gmail.com

Amín, Rosa Inés

DCC - FCS - UNSJ / rosaines@gmail.com

Velardita, Norma

DCC - FCS - UNSJ / normavelardita@gmail.com

Palabras claves: infancias; construcción informativa; fuentes; Poder Judicial; periodismo

Según mediciones del proyecto "Noticias sobre niñas, niños y adolescentes en San Juan. Observación de medios locales desde el enfoque en derechos humanos con perspectiva de género" el tema principal por el cual niñas, niños y adolescentes protagonizan noticias en los medios impresos, radiales y televisivos de la provincia de San Juan es "violencia".

Dentro de esta categoría, las noticias sobre casos de abusos sexuales que tienen fundamentalmente a niñas y adolescentes mujeres como víctimas, son las que

abundan. De esa manera, la presencia de niñas, niños y adolescentes en los medios de comunicación locales tiene como espacio preferente la sección policiales y como fuentes privilegiadas a la Policía y al Poder Judicial. Es interés de esta ponencia compartir el análisis que de estas noticias y sus condiciones de producción se hizo desde la perspectiva socio-semiótica, entendida esta como “un abordaje empírico, material, situado, y lógico de la circulación social del sentido, que encuentra su fundamento en las formulaciones de Eliseo Verón de que es en la semiosis donde se construye la realidad de lo social. (VALDETTARO, 2015).

En nuestro trabajo la construcción que se intenta comprender es la que hacen de las infancias los medios gráficos de la provincia de San Juan.

Asumimos que la infancia como categoría de análisis se construye social e históricamente; asume experiencias diferentes, da lugar a procesos diversos y modos de configurar las identidades en el contexto de relaciones asimétricas entre niños y adultos e instituciones sociales, culturales y económicas. Acordamos con Eduardo Bustelo quien sostiene que la infancia

“como campo, está compuesto por enfoques, análisis, estudios y conceptos, prácticas y finalmente por los actores participantes. También comprende la producción de discursos destinados a conformar las subjetividades intervinientes en él. Por ello, aún siendo un campo que se podría suponer definido, es propenso a ambigüedades, ya que ocultan relaciones de dominación, lo que conduce a imprecisiones que se podría afirmar no son inocentes. Esta aseveración tiene aún más fuerza dada la expansiva discusión mediática y la aparente preocupación pública que el tema de la infancia cubre en la industria cultural”. (BUSTELO, 2007:23)

Bustelo se refiere a dos enfoques hegemónicos que se dan desde que la infancia se constituye como categoría histórica. El de la “compasión”, donde “los niños son objetivados como sostén de sentimientos y programas”. En estos términos la compasión, “movida por la drasticidad, anula los derechos y el fundamento de la ciudadanía. Como seres indefensos son objetivados a través de la práctica compasiva” (BUSTELO, 2007: 38). En el otro extremo el de la “inversión”, en el que la infancia y la adolescencia como inversión económica producen una determinada rentabilidad. Podría decirse que se trata de una colonización conceptual del lenguaje expansivo de la economía profusamente programado por los bancos internacionales. (BUSTELO, 2007: 44).

Desde este marco nos preguntamos cuál es el enfoque que predomina en las noticias sobre niños, niñas y adolescentes que publican los medios

gráficos de San Juan, específicamente en aquellas que relatan casos de abusos sexuales y cuál es la influencia que sobre ese enfoque tienen las fuentes consultadas a la hora de la producción informativa. Desde el enfoque de la sociosemiótica, Miguel Rodrigo Alsina, al abordar el estudio de la noticia en tanto relato que construye la realidad social, insiste en la importancia de considerar las fases de producción, circulación y consumo. Este autor caracteriza la actividad periodística como un rol socialmente legitimado para producir construcciones de la realidad públicamente relevantes en el marco de un sistema de medios en el que se confrontan los intereses de al menos tres actores principales: los productores de la comunicación, las fuerzas políticas y los grupos económicos internos y externos. Todos intervienen tanto en la producción como en la circulación de la información. (RODRIGO ALSINA, 1989: 30-37). Desde esta mirada, la sociosemiótica estudia la práctica profesional periodística y las rutinas organizativas del trabajo en los medios para comprender al acontecimiento-noticia. La noticia, desde esta perspectiva, es un producto de la industria informativa. La variación en el sistema o ruptura de la norma, la comunicabilidad del hecho y la implicación de los sujetos son los elementos que hacen al acontecimiento periodístico. Estos aspectos, que ponen el foco en aquello que hace que un acontecimiento reúna las condiciones necesarias para ser considerado por el aparato productivo periodístico, han tenido en la producción norteamericana relacionada con los estudios de emisores su formulación más completa en los estudios denominados *Newsmaking*, aunque son numerosos los autores que desde distintos ámbitos han señalado la existencia de criterios de noticiabilidad.

Walter Miceli y Marcelo Belinche remarcan, como aporte original de la perspectiva sociosemiótica, la consideración de los acontecimientos periodísticos no como “elementos externos al sujeto, sino construcciones intencionadas de la industria comunicacional para cumplir con sus objetivos constitutivos: tener influencia y generar lucro” (MICHELI y BELINCHE, 2002: 61). Estos mismos autores son los que, al abordar los procesos de producción de contenidos para medios gráficos prefieren hablar de “edición periodística”, entendida como

“la instancia institucional de los medios gráficos donde se ponen en escena las noticias publicadas como la expresión de negociaciones políticas entre las empresas de comunicación y el conjunto de actores que intervienen en el proceso de inclusión, exclusión y jerarquización informativa, dadas en torno a los intereses en pugna, las estrategias de construcción mediática y la participación de los medios como bisagras entre los públicos y los anunciantes, en la búsqueda de dos objetivos principales: obtener ganancia económicas y lograr influencia política, social, económica y cultural”.(2002: 31)

Enmarcamos este trabajo en aquellas líneas de investigación que prestan atención a los procesos de negociación y las estrategias a través de las cuales diversos actores hacen llegar y obtienen la atención de los medios o los mecanismos en función de los que ciertas interpretaciones de los hechos prevalecen por sobre otras.

El papel de las fuentes en la producción periodística no ha sido poco estudiado. Más allá de las innumerables clasificaciones de tipos de fuentes o de las formas de atribución textual, consideramos de sumo interés el aporte de Cervantes Barba cuando define que “la noticia es entonces producto de procesos de construcción social del acontecer en los que intervienen ciudadanos comunes, grupos de poder político y económico, organizaciones civiles y empresas de comunicación, principalmente”. La misma autora acuña la expresión “construcción primaria” para describir la etapa inicial del proceso en la que diversos actores pugnan por tener voz en el ámbito público y solicitan para ello, a través de diversos canales legitimados que el medio informativo proporcione atención a su asunto. A su entender, la comprensión de la construcción primera requiere la observación de las rutinas y procedimientos que se siguen en la planeación de la cobertura informativa junto con el análisis de las solicitudes y órdenes de cobertura. (CERVANTES BARBA, 1996: 53-55).

Acceder a las prácticas periodísticas, a la cultura organizacional de un medio que se manifiesta en lo organizacional, en sus criterios de noticiabilidad, en sus consensos y tensiones cotidianas es acceder a lo que se identifica más claramente como ‘rutinas periodísticas’. Es a través de las rutinas de producción en las que se evidencian valores, dinámicas cotidianas propias de la organización y también las diversas tensiones y negociaciones que cada periodista establece con el poder, con su propia subjetividad y con sus lectores.

Acceder a de-construir el proceso de producción de la noticia a partir de los valores, relaciones, roles, organizaciones de alguna manera permite acceder al mapa de actores y relaciones que crea las noticias y propone una forma de leer e interpretar la realidad. Una forma para evidenciar ese mapa es a través de las rutinas periodísticas de producción de la noticia.

Conformamos un corpus con todas las noticias sobre abuso sexual contra niños, niñas y adolescentes publicadas durante tres meses en dos medios gráficos de San Juan, uno de ellos Diario de Cuyo, el de mayor circulación y antigüedad (es de la década del 40 del siglo pasado); el otro, Diario El Zonda, con menos influencia pero que se mantiene en la provincia desde hace al menos 15 años. Los meses seleccionados al azar fueron agosto, septiembre y octubre de 2018.

Aplicamos un doble abordaje. Por una parte, mediante entrevistas en profundidad a editores y periodistas, indagamos sobre las rutinas de producción de la sección Policiales de ambos medios, fundamentalmente en su relación con las fuentes. Por otra parte, realizamos una

aproximación discursiva a algunas de esas noticias. Desde este último enfoque, el “proceso de producción” de los discursos periodísticos seleccionados se pudo describir a partir de detectar el “conjunto de operaciones discursivas por las cuales las materias significantes han sido investidas de sentido” (VERÓN, 1987: 18). De tal modo, “proceso de producción” es “el nombre del conjunto de huellas que las condiciones de producción han dejado en lo textual, bajo la forma de operaciones discursivas”, teniendo en cuenta que “una buena parte de las condiciones de producción de un texto consiste en otros textos” (VERÓN, 1987: 18). En los tres meses relevados, Diario de Cuyo, el de mayor circulación, publicó 41 noticias sobre casos de abuso sexual contra niños, niñas o adolescentes; excepto 2, todas estuvieron en la sección Policiales. El otro medio, Diario El Zonda, publicó 23 noticias, con una sola publicación en la sección Política y 22 en Policiales.

El medio de mayor circulación pública un promedio de 2 a 3 noticias sobre abusos sexuales contra niños, niñas y adolescentes por semana; en ocasiones más. En su mayoría son textos que relatan instancias de diferentes procesos judiciales que se están sustanciando contra los o las abusadores/as. Ocasionalmente irrumpe algún caso de ocurrencia reciente, pero esos constituyen la menor parte. La presencia casi diaria del tema abuso y niñez está alimentada por la actividad del Poder Judicial de la provincia y por la rutina de trabajo de la sección Policiales que, según expresó el editor entrevistado, comienza con una visita o llamada telefónica diaria a Tribunales. De esa manera, el diario que mayor cantidad de publicaciones presenta mantiene a sus lectores al tanto de los juicios que están por comenzar, de los que se están desarrollando y del momento en que se dicta sentencia. Los textos, con la clásica estructura de pirámide invertida, comienzan por la actualidad procesal y luego refrescan, recuerdan detalles del abuso que tal vez ocurrió hace un año o dos.

A pesar de contar el Poder Judicial con una Dirección de Comunicación Institucional, el periodista entrevistado explicó que sus fuentes son directamente los jueces. De todas formas, los textos en su gran mayoría sólo atribuyen la información a “fuentes judiciales” o “fuentes de la investigación”. Consultado sobre el origen de datos que sólo figuran en el expediente, como detalles de las declaraciones de niños o niñas en Cámara Gesell u otros realmente sensibles, se refirió a la “confianza” hacia su persona por parte de los mismos jueces que le brindan acceso a esos documentos o le permiten, en algún caso excepcional, presenciar sesiones de juicios que son a puertas cerradas.

Las entrevistas nos permitieron conocer la existencia de ciertas instancias de negociación, en términos de “gentilezas” o devolución de favores cuando por alguna razón los jueces u otros funcionarios judiciales necesitan aparecen en el medio a través del relato de su labor. Podríamos decir entonces que es una relación de intereses recíprocos que, en ocasiones es asimétrica. Si bien las resoluciones judiciales son públicas y en ellas se encuentra prácticamente toda la información que los periodistas pueden querer saber, es en el aporte de datos

que le permitan al periodista tener datos en exclusiva con anterioridad a sus colegas donde reside el poder de la fuente.

Diario de Cuyo muestra y su editor reconoce una muy ajustada delimitación de lo que se publica en la sección Policiales. “Nos piden que demos el hecho criminal y nada más”, expresó el editor de la sección, con lo cual explicó la razón por la que sea el tema que sea, las únicas fuentes con las que trabaja son policiales y judiciales y sus abordajes son fragmentarios y factuales. El editor reconoce que los casos de abusos contra niños y niñas podrían tener otros abordajes y consultar otras fuentes, pero, en ese medio eso corresponde a otras secciones. El mismo editor reconoce que, de todas formas, esas otras secciones no lo hacen.

En el caso de Diario El Zonda, notamos que la sección Policial tiene límites menos estrictos y que puede aparecer una nota que intercale fuentes judiciales con algunas del Ejecutivo provincial o algún especialista, aunque de todas formas la palabra judicial es la que predomina.

En los textos noticiosos así como en sus encabezados hemos observado, como es característico en los relatos periodísticos, un enunciador que se esfuerza –mediante el uso de la tercera persona- por mantener una distancia objetiva. Sin embargo son numerosas las ocasiones en las que, mediante el uso de adjetivos, el enunciado termina mostrando actitudes del redactor que califica de “aberrantes” o “tremendas” las situaciones que describe. En este caso traemos a colación a Verón que se refiere a las modalidades de construcción de un único destinatario genérico, el ciudadano habitante, que en cierta manera estaría cercano al prodestinatario, es decir a aquel hacia el que el enunciador despliega estrategias de fortalecimiento de las creencias compartidas. Nadie discutiría que es “aberrante” abusar de un niño o una niña.

Tanto cuando se usa esa calificación –para sostenerla y fundamentarla- como cuando no se lo hace –tal vez para darla a entender- es habitual en estas noticias la enumeración de los hechos que llevan a la detención y enjuiciamiento de los abusadores. En muchos casos se trata de descripciones morbosas de lo que las niñas, niños y adolescentes víctimas de los abusos relataron a puertas cerradas, en Cámara Gesell, sólo ante profesionales. Zaffaroni (2011: 376) denomina a esto “desplazamiento escabroso”: entiende el relato morboso sobre lo ocurrido a las víctimas de un delito como una forma de fundamentar el relajamiento moral sobre el que se funda un mayor punitivismo. Precisamente Zaffaroni denomina “neopunitivismo” al discurso de la criminología mediática actual, a veces en coincidencia con las criminologías académicas, cuando éstas caen en causalidades distorsionadas (2011: 367).

Es también Zaffaroni quien nos permite entender estas narrativas del abuso en las que los medios de comunicación, a través de su sección Policiales, y el Poder Judicial mediante la relación con estos espacios mediáticos, coinciden en la necesidad de brindar a

la sociedad respuestas y soluciones rápidas. Frente a lo que pasó y ya no podemos evitar, la respuesta es el enjuiciamiento y condena que solo el Poder Judicial puede dar y la comunicación preventiva, disuasoria y tranquilizante que sólo los medios brindan.

En medio de todo esto, los niños, niñas y adolescentes. Nuestra pregunta inicial era cuál es la mirada que estas noticias tienen sobre ellos y ellas. La repetición, en todos los casos, de la palabra “menor”, “menores” para referirse a niños, niñas y adolescentes, nos habla desde ya de un enunciador adulto/adultocéntrico, situado, parado, en un paradigma de niñez que no es el de las niñas como sujetos de derecho. La distinción entre nombrar como “menores” y nombrar como niños, niñas y adolescentes, o aún como “niños” a quienes tienen en estas noticias el lugar de víctimas no es poca cosa. Remite a los dos paradigmas a través de los cuales no sólo se ha nombrado, sino desde los que se ha legislado, decidido y ejecutado decisiones políticas sobre ellos y ellas.

Una precisión es interesante aquí: quiénes son los enunciadores de este discurso sobre la “minoridad” víctima.

La lectura de cualquier texto judicial nos permite reconocer, entre otras características, el uso del término “menor” para referirse a niños, niñas y adolescentes que entran al circuito penal ya sea por ser víctimas o por ser victimarios. El uso de este sustantivo por parte de los periodistas de policiales es tal vez el signo más visible de la impregnancia del discurso judicial en el discurso periodístico. Pero no es el único. Y cuando hablamos de que lo judicial impregnó lo periodístico a nivel discursivo es porque entendemos que lo hizo a nivel de las ideas. Esa impregnancia es a tal punto que más que hablar de fuentes, en el sentido de origen de una versión, podemos hablar de una fuerte intertextualidad: no es posible diferenciar el discurso periodístico de la sección Policial del que emiten jueces.

Entrevistado para esta investigación, el editor de Policiales de Diario de Cuyo insistió en la dificultad inherente del lenguaje judicial, en la necesidad de “rebajar” o “traducir” sus conceptos para los lectores, así como en la importancia de la experiencia y la formación para su uso. Incluso calificó a las fuentes judiciales como “más calificadas”, lo cual los haría menos tolerantes a quienes no manejan el mismo lenguaje. Al hablar de los procedimientos para el control de los discursos ya Foucault hablaba de “enrarecimiento” en el sentido de que hay discursos para los que es necesario determinar las condiciones para su uso, así como su acceso limitado: “nadie entrará en el orden del discurso si no satisface ciertas exigencias o si no está de entrada cualificado para hacerlo”. El periodista entrevistado lo está, por eso se hace merecedor de toda la información que necesita y no sólo la maneja de forma terminológicamente correcta, sino que también puede asumir una postura de enunciador pedagógico explicando a sus lectores lo que consider que no van a poder entender

Según Martini, los textos de la sección Policiales tienen

“una manera específica de narración, con reglas, lógicas y operaciones particulares que lo diferencian de otros géneros informativos (...) Significa que hay lugares y procedimientos concretos y diferentes de construcción de información policial en las salas de redacción, que la distingue de cómo se narra diariamente la política o la economía (2007, 26). Creemos que esa especificidad tiene su origen en una proximidad con las fuentes que no es sólo de intercambio de favores informativos sino, como lo han marcado varios autores, se trata una proximidad ideológica. De esa manera se estrecha el vínculo entre esas fuentes, el medio y los lectores que comparten y avalan políticas de vigilancia y disciplina que las narrativas del delito fundamentan. Si retomamos a Eduardo Bustelo en su teoría sobre las infancias, podríamos concluir que el enfoque que predomina –entre los dos que él señalaba- es el de la compasión. Pero podemos ir más allá. La mirada judicializada que las noticias policiales se esfuerzan por adoptar como la del enunciador legitimado, es una mirada en la que el niño, la niña o el y la adolescente sólo son un medio para “hacer justicia” y mostrarla.

En este discurso especializado, que es el de “el derecho”, los niños, niñas y adolescentes no son sujetos de derecho. Sólo son víctimas, abusados, testigos, declarantes, objetos de entrevistas psicológicas, objetos de revisiones médicas, objetos de expedientes. Su papel es el que el Poder Judicial necesita para sus procedimientos. Por lo tanto, su papel o su lugar en los medios de comunicación es también ese. La mirada que judicializa, porque eso es lo que hace la justicia, es también la mirada de los medios de comunicación.

A modo de conclusión podemos afirmar que los resultados de ambos abordajes nos permitieron visibilizar, entre otros aspectos, la capacidad y la fortaleza de las fuentes judiciales para marcar e incidir sobre el encuadre que el periodismo termina dando a las noticias analizadas. Retomando a Bustelo concluimos en que el encuadre dominante, vale decir el que hegemoniza la representación sobre las infancias y las preocupaciones sobre ellas, si bien está asociada al de la “compasión”, es una representación fuertemente asociada a los procesos policíaco judiciales que intervienen en el proceso que se desarrolla ante el delito del que niños, niñas y adolescentes fueron víctimas. Esta “judicialización” de la mirada sobre las infancias obtura otras.

Bibliografía

BUSTELO, Eduardo (2007): *El Recreo de Infancia. Argumentos para otro comienzo*. Siglo XXI, Buenos Aires, Argentina

CERVANTES BARBA, Cecilia (1996): “Construcción primaria del acontecer y planeación de la cobertura informativa. Propuesta metodológica para su estudio”, en *Comunicación y Sociedad* (VECSU, Universidad de Guadalajara) núm. 28, septiembre-diciembre 1996, pp. 49-81.

MARTINI, Stella (2007) *Prensa gráfica, delito y seguridad*. En *Los relatos periodísticos del crimen* (21-54) Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Bogotá

MICELI, Water y BELINCHE, Marcelo (2002): *Los procesos de edición periodística en los medios gráficos. El caso Clarín*. Ediciones de Periodismo y Comunicación. Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

RODRIGO ALSINA, Miguel (1989): *La construcción de la noticia*. Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina

VALDETTARO, Sandra (2015): *Epistemología de la comunicación: una introducción crítica*. UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, Argetina /E-Book.

VERÓN, Eliseo (1987). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa, Buenos Aires, Argentina

ZAFFARONI, Eugencio Raúl (2011): *La palabra de los muertos: Conferencias de criminología cautelar - 1ª ed.* - Buenos Aires: Ediar.



EJE N°13



Epistemología de la comunicación, teorías
y metodologías de investigación

UN ACERCAMIENTO A LAS METÁFORAS SOBRE LA TECNOLOGÍA EN LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN Y CULTURA

Andrés, Gonzalo Darío

UNER - Conicet/ gonzaloandres@fcedu.uner.edu.ar

Palabras claves: teorías de la comunicación; metáforas; medios; extensiones; ambientes; interfaces

Metáforas y procesos

La Real Academia Española define la “metáfora” como “una traslación del sentido recto de una voz a otro figurado, en virtud de una comparación tácita”. Las metáforas contribuyen con la designación de objetos, sensaciones o procesos. Funcionan cuando permiten entender una idea o un proceso en términos de otro. Sería como explicar una cosa por otra, a los fines de hacerlo más comprensible o más bello. Pero una metáfora no es solo un ornamento decorativo, sino una forma de conocimiento, sino que constituye un recurso retórico con implicancias expresivas, explicativas y cognitivas.

Los discursos cotidianos, literarios y científicos aluden a alguna metáfora, es decir, están conformados por sus formas de ver, entender y hacer el mundo. Desde esta perspectiva, en esta ponencia se argumenta que, más allá de las distintas posturas que los académicos puedan tener sobre las transformaciones socio-técnicas de las mediatizaciones, todas sus interpretaciones están basadas en algunas metáforas. Es decir, las distintas concepciones sobre la tecnología influyen y convergen en las posturas más optimistas o pesimistas sobre los posibles cambios socio-culturales.

De manera que el propósito de esta presentación es indagar sobre las metáforas presentes en los modos de pensar las innovaciones socio-técnicas en los estudios de comunicación y cultura. Vale decir que no se hará un comentario exhaustivo de las teorías o escuelas, sino que solamente se las revisará a los fines de poner de manifiesto sus concepciones sobre las tecnologías de comunicación.

Tecnología como impacto

La metáfora del impacto es la que predomina en los comienzos de toda tecnología. Está muy ligada al determinismo tecnológico: considera que la aparición de

un artefacto genera cambios sociales *per se*, ya que tendría un dinamismo interno y una trayectoria inevitable. Los análisis estructurados desde esta concepción preconizan que la sociedad tiene que adaptarse a una innovación que surgió de la experimentación de expertos.

Desde esta metáfora, los procesos de adopción tecnológica involucrarían únicamente una variable basada en la eficiencia, la innovación o una utilidad supuestamente prevista *a priori*. Percibe la tecnología como una variable independiente que determina cambios sociales: la sociedad sólo se limitaría a sufrir el impacto.

Tecnología como invasión

Otra de las metáforas recurrentes en los primeros años de la aparición de una tecnología es la de la *invasión* de un elemento foráneo o desconocido. De hecho, los diarios y revistas, el cine, la radio, la televisión, el cable y el satélite, todos han sido anunciados como un desastre cultural inminente.

Desde esta concepción, las personas –en lugar de resignarse a una supuesta trayectoria teleológica de una técnica– pueden y deben intervenir en los usos y las consecuencias de los nuevos objetos. Es decir, prevalece una visión instrumental que entiende que un artefacto “no es ni bueno ni malo”, sino que depende de los usos sociales que se realizan.

De manera que se presupone que los cambios tecnológicos se explican por causas sociales: prevalecen los usos o intenciones culturales por sobre las características artefactuales. Concibe la técnica al servicio del hombre, bajo un gobierno racional y ético que determine su devenir.

Este enfoque está muy vinculado al pesimismo cultural, y prevalece en las corrientes filosóficas de corte humanista. Por ejemplo, este pensamiento se encuentra en los ensayos de Lewis Mumford dedicados a los cambios producidos por la técnica durante la Modernidad. Del mismo modo, esta mirada invasiva o sintomática de la técnica se puede encontrar en los ensayos filosóficos de Max Horkheimer y Theodor Adorno sobre el devenir del Iluminismo, la degradación cultural de Europa, las experiencias totalitarias y la manipulación del sistema mediático.

Tecnología como extensión

El pionero de esta perspectiva fue Marshall McLuhan (1969), quien planteó que los seres humanos forman sus herramientas y luego estas los forman. También se pueden mencionar las investigaciones con enfoques sociolingüísticos sobre la oralidad y la escritura de Walter Ong y Eric A. Havelock.

En sus análisis sobre los medios de comunicación, McLuhan definió que toda tecnología constituye una extensión del cuerpo o la mente. Es decir, así como la radio sería una extensión del oído, y la TV de la vista, la bicicleta o el automóvil son una extensión de nuestros pies.

Desde esta perspectiva, avanzó en la descripción de la estructura y cambio social a partir de la aparición de nuevos artefactos. Así, pues, las sociedades impulsan la innovación técnica y, luego, el cambio tecnológico genera transformaciones en estas.

Tecnología como formación cultural

Raymond Williams analizó la historia de la televisión superando las concepciones deterministas y sintomáticas sobre la tecnología. La examinó sin suponer que su invención poseía una autonomía aleatoria o una trayectoria predefinida. Al contrario, tuvo en cuenta también los condicionantes sociales, políticos y económicos que intervinieron en su devenir hasta convertirse en el medio masivo por excelencia.

Esta perspectiva culturalista se estructuró en torno a una metáfora que considera que cada tecnología de comunicación es producto de un sistema social particular y que para analizarla es necesario identificar las fuerzas económicas, culturales y políticas que la impulsan y que se le oponen.

Siguiendo a Williams (2011), una tecnología se configura en una formación o institución cultural al momento en que una innovación técnica se concibe como una inversión para una producción determinada y cuando se desarrolla deliberadamente para usos sociales específicos. En ese proceso se ponen en juego los condicionantes sociales de distribución de poder o del capital, la herencia social y física, las relaciones de jerarquía y el tamaño de los grupos involucrados. Estos factores fijan límites y ejercen presiones, pero no controlan ni predicen por completo el resultado socio-tecnológico de un dispositivo técnico.

Tecnología como ambiente

La expansión de la electrónica e informática hacia fines del siglo XX habilitaron nuevas formas de entender y concebir las tecnologías de comunicación. Internet se consolidó como sistema socio-técnico constitutivamente político y cultural que modificó las condiciones de circulación a los discursos y bienes simbólicos a nivel global.

Esta situación dio lugar a nuevas metáforas sobre las tecnologías. Una de ellas fue la de ambiente, que fue introducida por Neil Postman en 1968. El autor definió su perspectiva ecológica de los medios. Y más recientemente planteó que un ambiente es un complejo

sistema de mensajes que impone formas de pensar, sentir y actuar (Postman, 2000).

No obstante, esta no es la única corriente académica que trabaja desde esta perspectiva. Debido a la centralidad sociocultural que han adquirido la web, las redes sociales y los teléfonos celulares, la metáfora del ambiente ha sido empleada por muchos autores. En términos generales, desde esta concepción, las tecnologías de comunicación ya no serían un medio o un soporte; sino un entorno, un *ambiente que se habita*. Por ejemplo, Van Dijck (2016) propone realizar una “ecología de los medios conectivos”.

Tecnología como interfaz

Debido a la creciente digitalización de la praxis vital, los términos de la informática comenzaron a formar parte del bagaje conceptual de los estudios de comunicación y cultura. Un ejemplo de ello es la noción de interfaz, que fue clave para el desarrollo informático desde la década de 1950, siendo entendida como una etapa o instancia mediadora de un intercambio de información o entre un humano y una máquina.

Recientemente Scolari (2018) retomó el concepto para introducirlo como metáfora explicativa de las características de las tecnologías de la comunicación. De acuerdo con el autor, la interfaz es un entorno de interacción donde diferentes actores humanos y tecnológicos intercambian información y ejecutan acciones.

Desde esta metáfora, se entiende la tecnología como un punto de encuentro entre personas y artefactos. Pero, además, constituye una visión de mundo y sobre los sujetos, así como una concepción en torno a lo que se puede hacer o no al disponer y utilizar una tecnología.

Continuidades y rupturas

Las metáforas presentadas sobre las tecnologías en los estudios de comunicación y cultura son variadas. Sin embargo, a partir de la relectura que se propone en este ensayo, es posible encontrar ciertas continuidades y rupturas entre diversas teorías o escuelas.

Por un lado, se puede decir que a lo largo del siglo XX han coexistido perspectivas teóricas que basaban sus análisis en las mismas metáforas: en las corrientes administrativa, funcionalista y crítica se hallan concepciones que distinguen –a nivel analítico– a la tecnología y la sociedad como elementos autónomos. Y, en todo caso, las investigaciones se basaron en analizar las dinámicas de impacto e invasión de un elemento sobre otro. Es decir, independientemente de que sus posturas sean apocalípticas o integradas, tecnófilas o pesimistas, los

estudios sobre los efectos o los usos mediáticos, así como las reflexiones sobre la enajenación humana generada por la industria cultural, radicarón sus miradas en unas mismas metáforas.

Por otro lado, debido a la expansión de tecnologías informáticas y digitales, en los últimos años emergieron metáforas provenientes de ese ámbito socio-técnico. Estas nuevas metáforas, como ambiente o interfaz, no distinguen lo “técnico” y lo “social” como elementos autónomos. Por lo que las tecnologías de comunicación no serían medios que generan efectos acotados sobre determinados grupos sociales, sino que son entornos mediatizados que tienen derivaciones perceptuales y cognitivas en los ámbitos donde se desenvuelven.

Bibliografía

McLuhan, M. (1969). *La Galaxia Gutenberg*. Madrid: Ediciones Aguilar.

Postman, N. (2000). “The Humanism of Media Ecology”. *Keynote Address Delivered at the Inaugural Media Ecology Association Convention*. New York: Fordham University.

Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno editores.

Williams, R. (2011). *Televisión. Tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

El presente trabajo se propone presentar los avances de una investigación en curso. En el marco de un proyecto que tiene como objetivo caracterizar el campo de estudios de comunicación y cultura en Argentina en el periodo 2000-2016, seleccionamos el área de la Semiótica y el área de la Comunicación comunitaria y alternativa como dos sub-campos educativos (Fuentes Navarro, 1995) fundamentales en la historia del campo.

Debemos destacar que ya se han realizado diversos análisis de este periodo (Zarowsky y Justo von Lurzer 2018; Enghel y Becerra 2018; Gándara 2010; Gándara 2018), pero en nuestro caso buscamos la reconstrucción del campo a partir de la comparación de programas de estudios de algunas materias centrales de las carreras de Comunicación de seis universidades nacionales (UBA, UNLP, UNR, UNRN, UNC y UNT) y entrevistas a docentes a cargo de estas materias, lo que nos permiten cruzar datos obtenidos a partir de técnicas cuantitativas y cualitativas. Nos preguntamos si el campo de la comunicación se mueve como un todo o es que encontramos diferentes líneas. Gándara sostiene que “el estado del campo de la comunicación en Argentina y en Latinoamérica, en el período que se extiende de 2000 a 2016, se conformó a partir de la consolidación académica, la burocratización de los sujetos, los saberes y las prácticas; la dispersión temática y metodológica; la recuperación de las tradiciones disciplinares como espacios institucionalizados; y la crisis de identidad latinoamericana de las investigaciones. Las contratendencias podrían leerse, entonces, como otras tantas oscilaciones de un campo, apremiado en el caso argentino, por “ciertos cambios parciales de rumbo”. Lo que este autor también destaca es que se puede ver que diferentes subcampos se adentran en diferentes líneas dominantes. Mientras que en lo referido a la comunicación comunitaria y alternativa se observa una creciente valorización respecto de los noventa, una gran producción empírica y recuperación de conceptos que se habían producido en la etapa de autonomización (Mangone, 2003). A su vez, Gándara señala que es en el campo de la semiótica donde se comienzan a abordar nuevo temas y ejes problemáticos, vinculados a las redes, las mediatizaciones y las hipermediaciones.

En nuestro trabajo, el primer paso fue la reconstrucción del estado actual del subcampo educativo de la Semiótica y de la Comunicación comunitaria y alternativa en las seis universidades nacionales mencionadas. Para alcanzar tal fin, nos enfocamos en el mapeamiento de los programas curriculares de las carreras de comunicación de aquellas universidades. Posteriormente, seleccionamos como objeto de estudio los programas seleccionados.

En esta etapa nos interesamos por tener una “radiografía” de estas sub-áreas. Es por eso que nos abocamos a analizar:

Palabras claves: estudios en comunicación y cultura; programas de estudio; Sociosemiótica; innovaciones tecnológicas; enfoque situacional

EL ESTADO ACTUAL DE LA SEMIÓTICA Y LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA EN LAS CARRERAS DE COMUNICACIÓN DE SEIS UNIVERSIDADES NACIONALES

Belardo, Marina Belén

CCom - FCS - UBA / belardo.marina@gmail.com

Herrera, Sebastián Nicolás

CCom - FCS - UBA / sebastianherreraocupello@hotmail.com

1) Cuestiones formales e institucionales como el nombre de la materia, el lugar (año) del plan de estudios en que se propone su cursada, la extensión de su cursada (un cuatrimestre, un año, etc.), su condición de obligatoria u optativa, y las correlatividades que exige.

2) La fundamentación de los programas

3) La organización del programa: si las unidades se conforman a partir de temas-problemas, escuelas, autores u otros criterios; si las unidades se ordenan a partir de una relación lógica o cronológica

4) Las escuelas, marcos teóricos y autores que se presentan y la eventual preponderancia de unos sobre otros.

5) Los autores y textos que se proponen como bibliografía obligatoria. Los textos fueron, a su vez, divididos en “clásicos” (hasta el año 2000) o “recientes” (a partir del 2001).

Por otro lado, realizamos entrevistas a los docentes a cargo de las materias con el objetivo de tener la voz de los hacedores y responsables de los cambios y continuidades de los programas de estudio respecto a las variaciones que realizaron en el periodo de análisis y su caracterización sobre el estado actual del subcampo en el que trabajan.

A su vez, con el fin de radiografiar las cátedras, buscamos relevar el número de mujeres y de varones que integra cada equipo de cátedra y el cargo jerárquico que ocupan en ella.

Por último, actualmente estamos sistematizando el nivel de titulación de los integrantes de las cátedras. Estos datos nos permiten analizar movimientos en los estudios de comunicación y cultura, teniendo en cuenta la juventud del campo y el hecho de que parte de los equipos de cátedra están conformados hoy por la primera generación de graduados de carreras de Comunicación en el país. A partir del análisis, observamos que en el área de la Semiótica, con una perspectiva sociosemiótica que marca fuertemente el área, los programas se presentan, en su mayoría, con el objetivo de introducir a los estudiantes en el análisis y la reflexión sobre los fenómenos comunicacionales contemporáneos. Ante un contexto de constantes innovaciones tecnológicas que irrumpen en la vida cotidiana, la disciplina es percibida por sus docentes como situada en un momento especial que abre una oportunidad para mostrarse apta y consolidarse como una herramienta metodológica de especial interés para analizar los procesos de producción de sentido. Por el lado de la Comunicación comunitaria y alternativa, lo que se puede percibir es un mosaico de disciplinas que en conjunto abordan esta temática. Un rasgo común y llamativo es el declarado enfoque situacional y la mirada crítica presente en los programas. Los docentes entienden como fundamental esta formación en el papel de los comunicadores puesto que ha variado desde los últimos

diez años, y al mismo tiempo, destacan la aparición de nuevos actores en la esfera pública.

Bibliografía

- Engel y Becerra (2018) “Here and There: (Re)Situating Latin America in International Communication Theory”. *Communication Theory*, 28. 111-130.
- Fuentes Navarro, R (1995). “La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación: campos, disciplinas, profesiones”. En Galindo & Luna (Coords.). *Campo Académico de la Comunicación: hacia una comunicación reflexiva*. México, Pensar la Cultura. 45-78-
- Gándara, S. (2010). “Una reflexión sobre el estado del campo de la comunicación y la cultura”. *Cuadernos Críticos de la Comunicación y la Cultura*, nº5.
- Gándara, S. (2018). Mimeo.
- Mangone, C. (2003). “La burocratización de los análisis culturales”. *Zigurat*, nº4.
- Zarowsky y Justo von Lurzer (2018). “Communication Research in Argentina (2001-2015): Between Expansion and Intellectual Intervention”. *Communication Theory*, 28. 202-223. XVII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

APROXIMACIÓN A LA NARRACIÓN HISTÓRICA DE LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA

423

Cabezas, María del Carmen

SECyT-UNC /carmen.cabezas.85@gmail.com

Palabras claves: historia intelectual; teorías de la comunicación; América Latina; cátedras; orden y jerarquización de la información

Introducción

Partimos del supuesto que en las ciencias de la comunicación, como en otras áreas de conocimiento, se seleccionan teorías para delimitar y abordar objetos de estudios *específicos* del campo. A su vez, la selección y cristalización de ciertas teorías se vinculan a contingencias políticas académicas y científicas, así como coyunturas sociales, políticas y económicas. En ese sentido, la

selección de teorías con el paso del tiempo se *naturaliza*, es decir, se va ordenando el discurso y convirtiéndose en lo dado. Entendemos que son narraciones que por un lado dan cuenta del tipo de ciencia que se hace y, a su vez, la que se espera hacer.

El presente resumen forma parte de un proyecto de investigación más amplio, que revisa la institucionalización de los estudios de la comunicación en América Latina, una mirada desde Argentina. Es decir, que se busca analizar cómo se historizan las teorías de la comunicación.

Entendemos que el enfoque de la historia de los intelectuales es adecuado para llevar a cabo esta investigación, ya que concibe a los enunciados — teorías, conceptos, intelectuales— insertos en una trama discursiva. Es esa trama social lo que permite que los enunciados sean legibles, que adquieran sentido. Asimismo, la comprensión de esos discursos se realiza desde el presente del investigador, ya que es a partir de una pregunta que puede sumergirse en acontecimientos del pasado. A su vez, es necesario identificar el lugar geográfico desde donde se analiza, en nuestro caso desde la academia argentina.

Para revisar la institucionalización de las teorías de la comunicación en América Latina, es necesario identificar esas narrativas. Entendemos que existen dos elementos a considerar: obras que compilan los estudios de la comunicación de la región y la institucionalización de esas narrativas en la academia de Argentina.

En este escrito nos preguntamos ¿cómo confeccionar el *corpus* de análisis de las obras que compilan las teorías de la comunicación? A partir de esa pregunta se estructuró el texto en dos partes. En la primera se expone uno de los criterios para la elaboración del material de investigación. La segunda, un primer relevamiento de las obras que abordan teorías de la comunicación de América Latina. Por último, unas palabras finales sobre el recorrido hecho en los apartados.

Contenidos mínimos y programas

Una primera etapa de la investigación es definir los criterios para confeccionar el *corpus* de las obras que compilan las teorías de la comunicación en América Latina. Un criterio posible es a partir de la bibliografía que se encuentra en programas de materias que dictan teorías de la comunicación en la academia argentina. ¿Qué sería la academia de Argentina? Las universidades de nuestro país que tienen por oferta la licenciatura en ciencias de la comunicación. Encontramos que actualmente existen 28 universidades públicas¹³⁰ con esa carrera.

130 Datos obtenidos de Mapa de los Consejos Regionales de Planificación de la Educación Superior

De esa población, seleccionamos tres instituciones, por antigüedad y mayor cantidad de población estudiantil, estas son: Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Universidad de Buenos Aires (UBA) y la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Las asignaturas elegidas son aquellas que de manera explícita y directa en el plan de estudio abordan las teorías de la comunicación, especialmente las latinoamericanas.

En la UNLP se encontró una. La asignatura se denomina “Estudios de la comunicación en América Latina” en el último plan de estudio del año 2014, en el plan anterior, del año 1998, se llamaba “Comunicación y teorías”. En los contenidos mínimos, se hace referencia directa a las teorías y escuelas de pensamiento de América Latina:

“...Lectura en América Latina de las principales corrientes de las ciencias sociales y de los enfoques teóricos de la comunicación”.

Relaciones entre comunicación y modernidad en América Latina. La Ciespal, desarrollismo y difusionismo. El surgimiento de los debates latinoamericanos sobre comunicación / información: el pensamiento de Pasquali, de Freire, las políticas nacionales de Beltrán. La teoría de la dependencia y la invasión cultural.” (p.52)

Esa materia posee dos cátedras en UNLP. Una a cargo de Alfredo Alfonso, y la otra no explícita el/la titular. Es una materia del segundo año de la carrera y es cuatrimestral.

En la UBA existen tres materias vinculadas a las teorías de la comunicación y todas hacen mención a América Latina. No obstante, las que se focalizan en mayor medida en la producción de teorías en nuestro subcontinente son “Teorías y prácticas de la comunicación II” y “Teorías y prácticas de la comunicación III”, ambas materias son del Ciclo de formación común y son cuatrimestrales. Asimismo, cada asignatura tiene dos cátedras. En Teorías II se encuentra la cátedra de Santiago Gándara y la de María Eugenia Contursi. En Teorías III, la cátedra de Natalia Romé y la de Carlos Gassmann.

Los contenidos a los que refiere el plan de estudios en teorías II es: “Teorías sobre comunicación y cultura. Su desarrollo en América Latina”. Los de Teorías III:

“Grandes paradigmas de la investigación comunicacional en América Latina. Una aproximación a los contextos de producción de esos paradigmas, su historicidad, la relación entre sus objetos, sus metodologías, sus teorías.”

En la UNC se identificaron tres materias vinculadas a las ah=st5cfa8ce229d637.29531721&ai=cpres%7C%7C85000003

teorías de la comunicación: “Teorías de la Comunicación I”, “Teorías de la Comunicación II” y “Seminario de teorías de la comunicación III”. Todas las asignaturas son cuatrimestrales. Las dos primeras forman parte del ciclo básico. Teorías I corresponde al segundo año y Teorías II al tercer año. Teorías III forma parte de una de las orientaciones de la carrera —Investigación y planeamiento de las Ciencias Sociales—, que se encuentra en quinto año.

En relación a los contenidos mínimos del plan de estudio, en Teorías I se plantea “La investigación sobre comunicación, educación y cultura en Latinoamérica”. En teorías II, “Los estudios críticos. Ecos de dichas investigaciones en América Latina”. Por último, en teorías III no se hace mención a América Latina, aunque como objetivo del seminario se plantea “profundizar líneas teóricas estudiadas en Teorías de la Comunicación Social I y II” (p.40)

En esta primera aproximación, nos focalizamos en los últimos programas de las cátedras relevadas. En otra instancia, se recopilarán los programas de años anteriores, buscando saturar la muestra.

Programas

En la cátedra de Alfonso, de la UNLP se mencionan las obras de: Armand Mattelart y Michell Mattelart, *Historia de las teorías de la comunicación*; Miquel Moragas Spa, *Sociología de la comunicación de masas Tomo II*; y Jorge Rivera, *La investigación en comunicación social en Argentina*. Como complementaria se nombra: Florencia Saintout, *Abrir la comunicación*, y De Moragas, *Teorías de la comunicación de Estudios sobre los medios en América Latina y Europa*. En la cátedra I, también nombran a la obra de los Mattelart, y el libro de Saintout.

De los programas de la UBA nos focalizamos en la Cátedra de Gándara, ya que es la única que nombra *manuales* de teorías de la comunicación en América Latina. Esos textos son de: Raúl Fuentes Navarro, *Un campo cargado de futuro*; y Erik Torrico Villanueva, *Abordajes y períodos de la teoría de comunicación*.

De las cátedras de la UNC, encontramos que la bibliografía de Teorías I relativa a teorías de la comunicación de América Latina es: Moragas Spa, *Interpretar la comunicación*; Guillermo Orozco Gómez, *La investigación en comunicación dentro y fuera de América Latina*. En teorías II, no se encontró obras que compilen teorías de la comunicación en América Latina. En teorías III: Daniel Mato (comp.), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, Nilda Jacks, *Análisis de recepción en América Latina*, Rivera, *La investigación en comunicación social en Argentina*.

Obras

En este primer acercamiento a los contenidos mínimos establecidos en los planes de estudios de las materias vinculadas a las teorías de la comunicación en América Latina, y a los programas de las cátedras, podemos realizar un listado de las obras que compilan las teorías de la comunicación producidas en nuestra región:

- Armand Mattelart y Michelle Mattelart (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*
- Miquel Moragas Spa (2011) *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América Latina*.
- Florencia Saintout (2003) *Abrir la comunicación*
- Raúl Fuentes Navarro (1992) *Un campo cargado de futuro*
- Erik Torrico Villanueva (2014) *Abordajes y períodos de la teoría de comunicación*
- Guillermo Orozco Gómez (1997) *La investigación en comunicación dentro y fuera de América Latina*

Palabras finales

A partir de este sucinto resumen podemos advertir que, el criterio de selección de obras a partir de los programas de tres universidades nacionales, nos permite realizar un primer listado de textos a analizar. Asimismo, es necesario recopilar programas de años anteriores a los fines de poder identificar las condiciones de posibilidad de la institucionalización de los estudios de comunicación en América Latina.

Por otro lado, este primer acercamiento a los programas nos permite cruzar otro dato relevante, la institucionalización académica de nuestra área de conocimiento en Argentina. En ese sentido, y como tarea para otro trabajo, es necesario especificar cómo las obras relevadas se insertan en los programas.

Bibliografía

- Ricoeur, P. ([1955]1990) *Historia y verdad*. Ed. Encuentro. Madrid
- White, H. (en prensa) El texto histórico como artefacto literario. En: White, H. *Tópicos del discurso*, Ed. Prometeo. Bs. As.

Documentos consultados

- Facultad de Periodismo y Comunicación Social Universidad Nacional de La Plata (2014) Plan de estudios 2014 Licenciatura en Comunicación Social. https://perio.unlp.edu.ar/sites/default/files/plan_de_estudios_2014_licenciatura_0.pdf

Facultad de Ciencias Sociales Universidad Buenos Aires (1990) Plan de estudios Licenciatura en Ciencias de la Comunicación <http://comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/16/2017/05/Plan-de-estudios-y-contenidos-m%C3%ADnimos-de-materias-CS-1990-0440.pdf>

Facultad de Ciencias de la Comunicación Universidad Nacional de Córdoba (1993) Plan de estudios Licenciatura en comunicación social https://fcc.unc.edu.ar/sites/default/files/archivos/plan_de_estudios_eci_1993_0.pdf

EL TRABAJO FINAL: EL GÉNERO FATAL DE LA DISERTACIÓN ACADÉMICA

García Lucero, Dafne

FCC - UNC

Palabras claves: experiencia investigativa; enseñanza de la investigación científica; tesina; géneros académicos; metodología de la investigación

Esta ponencia es un intento de reflexión acerca de nuestro rol como investigadores en ciencias sociales y docentes de metodología de la investigación. Las apreciaciones están basadas en la experiencia áulica de años y centrada en el caso del Taller de Metodología de la Investigación y de los Seminarios de Trabajo Final para acceder a la licenciatura en Comunicación Social (UNC). Como ya se definió en el resumen breve, el propósito de esta ponencia es exponer y cuestionar los modos de enseñanza de la metodología de la investigación y la formación investigativa en el nivel universitario de grado. Para ello, se revisará la importancia de los espacios destinados a la metodología de la investigación y a la práctica investigativa realizada por estudiantes; se describirán brevemente y compararán las diferentes currículas de la licenciatura en Comunicación Social a través de los planes de estudio de 1972, 1978 y 1993. También, se describirán algunos de los obstáculos académicos, sociales y epistemológicos en la enseñanza de la metodología. Por último, se contextualizará la instancia de trabajo final y las diferentes modalidades posibles en el actual plan de estudio: investigación, proyecto comunicacional y producto comunicacional.

Esta realidad nos habla de nuestras condiciones de trabajo y de las posibilidades y limitaciones para llevar adelante esa tarea. Pero, en primer lugar es preciso diferenciar dos aspectos: por un lado está lo pedagógico, la enseñanza de la investigación y por otro, se encuentra

la tarea investigativa. A su vez, ubicados en nuestro rol de docentes surge el interrogante: ¿queremos formar investigadores o educar para la investigación? Es indudable la estrecha relación entre ambos propósitos, sin embargo, formar investigadores supera, traspasa los objetivos de la enseñanza en el marco de nuestras universidades. En primer lugar, las propuestas institucionales están encaradas a través de la enseñanza de la metodología de la investigación, como una suerte de síntesis de la actividad científica. “Se puede enseñar metodología de la investigación, esto es, un conjunto de reglas y procedimientos que ordenan la producción de un conocimiento “válido” en función de ciertos cánones aceptados por la institución de la ciencia. “Enseñar” a investigar no es lo mismo que enseñar metodología de la investigación: una cosa es explicar cómo se nada, otra es tirarse a la piletta” (RIZO GARCÍA; 2006. 24 on line)

La investigación es entendida como “la representación concreta de la actividad científica. Así, considerada, “aglutina a todo un conjunto de procesos de producción de conocimientos unificados por un campo conceptual común, organizados y regulados por un sistema de normas e inscritos en un conjunto de aparatos institucionales materiales” (DUCOING ET AL, 1988:23 citado por RIZO GARCÍA, 2006.23 on line)

Además, la investigación es una práctica, una experiencia. Por ello, son necesarios conocimientos teóricos, pero con esto sólo no alcanza. Requiere reconocer los supuestos que la sustentan y para esto, indudablemente precisa que el sujeto que la realiza piense y a la vez, se piense en y desde esa práctica. Involucra un sujeto que actúa dialécticamente transformando su entorno y a sí mismo.

A partir de estas conceptualizaciones se observa la diferencia entre metodología de la investigación y la práctica investigativa. Pero fundamentalmente, se entiende la tendencia a la regularización y normativización del proceso de producción de conocimiento que surge en el seno de una institución educativa. Sobre los sujetos participantes operan dos fuerzas: las del campo educativo donde uno de los fines principales es “producir personas útiles” desde la lógica de la racionalidad mercantil, licenciadas en (es decir: con licencia para actuar) sobre alguna esfera de conocimiento. También, están presentes las fuerzas del campo científico. Recordemos que Bourdieu define el campo científico como el “sistema de relaciones objetivadas entre posiciones adquiridas (en las luchas anteriores), es el lugar (es decir, el espacio de juego) de una lucha competitiva que tiene por desafío específico el monopolio de la autoridad científica, inseparablemente definida como capacidad técnica y como poder social, o, si se prefiere, el monopolio de la competencia científica ...” (BOURDIEU; 2000:12)

Así, como en todos los campos, el científico entraña reglas y formas particulares de intercambio social:

unos intereses específicos, unas maneras de luchar y de competir. Para poder jugar en este campo, hay que conocer sus reglas y seguir los procedimientos establecidos, institucionalizados.

Uno de los modos en los que se refleja la lucha en este campo es el lugar que ocupa la metodología de la investigación en las currículas de formación de Ciencias Sociales en nuestras universidades. Tal vez, una de las coincidencias sea cierta escisión del resto de la oferta curricular, sobre todo de la formación en teorías de cada campo científico en particular.

Ahora bien, la metodología de la investigación entendida como una práctica que se adquiere y se ejercita a lo largo del proceso formativo obliga a una reflexión sobre habilidades, naturalizaciones y condiciones de la tarea investigativa. En definitiva, pensar sobre la complejidad que la producción de conocimientos encierra. Repensar la enseñanza de la metodología como un camino para develar el aspecto político que subyace en la superficialidad de la metodología de la investigación.

Bibliografía

RIZO GARCÍA, Marta Enseñar a Investigar Investigando. Experiencias de investigación en comunicación con estudiantes de la licenciatura en comunicación y cultura de la Universidad Autónoma de la ciudad de México. 2006 on line

BOURDIEU, Pierre. Los usos sociales de la ciencia. Buenos Aires. Ed, Nueva Visión. 2000

Eje 13. Epistemología de la comunicación, teorías y metodologías de investigación

LA PRODUCCIÓN CULTURAL EN LA OBRA DE JORGE B. RIVERA: COMUNICACIÓN, MEDIOS Y CULTURA. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN EN LA ARGENTINA. 1986-1996

Gaitán, Maximiliano

UNSL/ maxigaitan@gmail.com

Palabras claves: lógicas de producción cultural; modelo productivo; modelo cultural; conciencia productiva; investigación en comunicación

Producción cultural: alcances y usos del concepto en la obra

Tres ejes abordan la producción cultural en la obra de Rivera: como producción académica, producción en investigación y producción en medios. En este sentido, hay un supuesto que gira en torno a un ámbito analítico amplio de la “producción general” en tanto noción de producción que abarca e incluye al modo de producción capitalista, por ejemplo, pero no se reduce únicamente a ese ámbito. Esta línea intenta pensar la instancia en y desde la cual se articulan cultura y producción en su situacionalidad histórica y como parte de un proceso de naturalización e institucionalización (modernidad) de los tres ejes considerados en el campo de estudios de la comunicación y cultura en Argentina durante ese período.

Acerca de la posibilidad de problematizar e ir situando el sentido posible de la producción cultural en la obra de Jorge B. Rivera, nos proponemos revisar las propuestas-líneas contenidas en esta publicación. El texto en cuestión muestra la realización de una investigación documental que releva investigaciones relativas al campo; si bien la propuesta tiene carácter descriptivo, esas investigaciones dan cuenta del estado y las características de la investigación y la producción teórica analítica y crítica estudiada. El corpus de análisis reúne, desde producciones individuales, el trabajo de grupos de investigación, pappers, publicaciones en congresos, emprendimientos públicos y privados. Desde el punto de vista metodológico, el relevamiento tiene continuidad con el estudio que el mismo Autor realizó en su examen de la constitución del campo entre 1960 y 1970. No obstante los ejes de análisis adoptados en esta ocasión adquieren otro matiz al poner como horizonte

la creación de una *conciencia productiva* sobre las características de los desplazamientos y la complejización de las investigaciones analizadas.

La noción de *conciencia productiva* articula con la noción de producción cultural en tanto consideramos que el ámbito de la investigación en comunicación presenta un escenario posible de problematizaciones en torno a medios, comunicación y cultura, propicios para la comprensión de esa conciencia en tanto producción de valores, significaciones, experiencias y percepciones acerca de la cultura y la sociedad Argentina de ese entonces; así como los intereses académicos, las intervenciones políticas y las dinámicas socio-culturales suscitados en el campo de estudios de la comunicación allí situado.

En consecuencia, la noción de producción cultural es su consideración en tanto interrogante acerca de los posibles cruces de análisis entre producción académica, producción en investigación y producción en medios. En este sentido el supuesto gira en torno a un ámbito de la “producción general” con la cual la noción de cultura entra en diálogo. Es decir, que la noción de cultura vigente en su época da cuenta del modo en la cual es producida.

El objetivo de lectura fue sintetizar el recorrido y la propuesta contenida en el texto seleccionado y analizar como aborda la cuestión de la producción cultural en tanto proceso de producción con sus lógicas y condiciones en el ámbito académico, investigativo y de medios.

El recorrido estudiado

El escenario político-cultural sobre el cual se despliegan las investigaciones en la década del '80 '90, marca una agenda signada por las ideas de resistencia y contracultura en tanto vías alternativas al orden hegemónico. Se critica el denunciismo de Frankfurt y a las corrientes de izquierda en el campo. Adquiere preeminencia el orden cultural y estas vertientes, según la época, desdeñan o subestiman los componentes culturales insertos en la trama social. En este sentido el Autor advierte nuevas tendencias en la investigación:

- Redes de comunicación participativa preexistentes a la expansión de los medios masivos.
- Formas culturales opuestas al desarrollismo.
- Formas de la Cultura popular como resistencia al orden hegemónico
- Revisión de matrices teóricas y su incidencia en el análisis de la comunicación y la cultura (la idea de consenso pasivo de las masas)
- Denuncia a cierta comunicología crítica por su doble discurso Liberador/autoritario.
- Compromiso político del profesional comunicador.

Cercano a la década de los noventa, el escenario internacional aporta algunas complejizaciones políticas, económicas, sociales y culturales combinadas, de las cuales el Autor identifica aquellas con mayor incidencia en las investigaciones de la época: la caída del muro de Berlín; caída del socialismo; los conflictos bélicos suscitados por la guerra fría; el ingreso de la economía mundial y la unificación del capital corporativo; la desigualdad en la distribución de las riquezas y el lugar de América Latina en este proceso. Tales variables traen aparejadas ciertas tendencias en el campo que acentúan el devenir de un proceso en transición y lo que podría considerarse como lógicas de un proceso de producción cultural, habilita nuevas preguntas para viejos interrogantes. La mirada de la producción académica-intelectual en el campo se orienta bajo un renovado sentido de cultura y se advierten un conjunto de modificaciones al respecto:

- Crisis en los conceptos de élite, vanguardia y tecnocracia.
- Crisis en el alternativismo (uso instrumental de los medios en organizaciones de base).
- Crisis de las experiencias alternativas con el retorno a la democracia.
- Avance de lo transnacional en clave de globalización capitalista.
- Se desplaza el componente ideológico político hacia concepciones de cultura y hecho comunicativo.

El Autor da cuenta de las herramientas de producción con las cuales se aborda la investigación en comunicación y cultura en el espacio teórico y metodológico de las ciencias sociales y humanas: un orden epistemológico que interviene en la validación del proceso de producción de conocimientos; el lugar de los modelos en la construcción teórica; El empleo de las metáforas y su carácter traslaticio de series complejas de fenómenos hacia constructos teóricos; la relación sistémica entre el todo y las partes como idea de una totalidad y sus componentes diferenciales para el análisis; el lugar de la teoría en el proceso de producción de conocimientos en tanto descripción de la realidad, exhibición en términos explicativos de hechos naturales o culturales desde un paradigma positivista; en el orden metodológico la problematización del sentido de una o varias hipótesis en la investigación social y los recaudos a considerar en el momento de optar por una u otra metodología (perspectiva cuantitativa o cualitativa); y por último, la vía ensayística y su potencialidad para la indagación mediante recursos alternativos a las ciencias sociales en general (ensayo de interpretación).

Por último, las producciones intelectuales-académicas de la época evidencian ciertas líneas de investigación recuperadas por Rivera, entre las cuales encontramos: el espacio semiótico; la intersección comunicación/cultura; la línea comunicación, cultura y política; la comunicación

y marketing político; la hibridación cultural; y por último las perspectivas críticas reunidas a partir de los aportes de Frankfurt, el Situacionismo, Jean Baudrillard, Jürgen Habermas y la perspectiva crítica en Argentina.

Cultura para Rivera es el conjunto de modos de vida y producción, de sistemas de valores, de opiniones y creencias, de objetos materiales y simbólicos producidos en forma individual o social por el hombre. En este sentido, sitúa al arte en torno a la búsqueda de un efecto estético a través de técnicas de realización y por su parte a la ciencia como a todo conocimiento de la naturaleza social y cultural verificable y refutable. La cultura es, efectivamente, un modo de producción del cual la investigación en comunicación puede dar cuenta de sus objetos a partir de ciertos procedimientos y ubicaciones específicas atinentes al estudio de la comunicación y la cultura en Argentina durante el periodo analizado.

Bibliografía

Rivera, Jorge B. (1997). *Comunicación, medios y cultura. Líneas de investigación en Argentina. 1986-1996*. Bs. As. Ediciones de periodismo y comunicación.

Fuentes Navarro, R. (1991). *La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México*. Guadalajara: ITESO/CONEICC.

- (1992). *El estudio del campo de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina*. En: Revista Diálogos de la Comunicación No 32.

Williams, Raymond. (2009). *Teoría Cultural. Marxismo y Literatura*. Bs. As., Ed. Las Cuarenta

-(2015). *Sociología de la Cultura*. Bs. As. Ed. Paidós.

LA METODOLOGÍA CUALITATIVA EN EL ABORDAJE DE IMAGINARIOS SOCIALES

Lesta, María Laura

FCC - SECYT - UNC Universidad Siglo 21 /

laulesta@gmail.com

Mazzetti Latini, Carolina

FCC - CIECS - CONICET - UNC /

mazzeticarolina@gmail.com

Palabras claves: discurso; experiencia; comunicación; significaciones; Castoriadis

El análisis o la interpretación es una modalidad del pensamiento en la que se sigue el camino abierto por los textos y transitado por el sentido (Cabrera, 2006), por lo tanto, lo que discutimos en este trabajo es la posibilidad de abordar imaginarios sociales en y desde discursos, dentro del marco de la perspectiva cualitativa.

Entendiendo que tres de los rasgos más importantes de la investigación cualitativa (Maxwell, 1996) son: el interés por el significado y la interpretación, el énfasis puesto en el contexto y en los procesos y la estrategia inductiva y hermenéutica, podemos decir que los investigadores cualitativos han optado por una manera de describir y entender el mundo social desde la comprensión, el significado de la palabra y de la acción, en el sentido que cobra forma en el lenguaje.

En este marco, el análisis del discurso como metodología de abordaje de fenómenos comunicacionales consiste en la identificación de indicios, de huellas, de marcas textuales que nos permiten construir verdades provisionales o hipótesis interpretativas en función de nuestros objetivos de investigación. El analista del discurso debe dar cuenta de por qué considera a esas huellas indicios reveladores de alguna regularidad significativa en el marco de su trabajo científico. Los discursos son objetos de conocimiento para distintas ciencias humanas y sociales que: “desde sus respectivos enfoques, y preocupaciones los abordan. En muchos casos recurren al análisis del discurso como caja de herramientas metodológicas posibles. Esta instrumentalización es legítima y tiende a probar hipótesis formuladas desde los propios campos disciplinarios” (Arnoux, 2006, p. 4).

Particularmente, la obra del semiólogo Marc Angenot se vuelve pertinente para analizar el discurso social como espíritu de época y articular desde allí la idea de imaginario social. Enmarcado en lo que se conoce como pragmática socio-histórica del lenguaje, para Angenot (2010) estudiar lo que una sociedad dice y escribe, es conocer hechos sociales y por lo tanto, es conocer su historia. En la línea de Bajtin, pone énfasis en lo ideológico, concibiendo que toda verbalización es una marca de las maneras de conocer y de representar que una sociedad tiene en un momento determinado de la historia. Y que, por lo tanto, todo lo que se enuncia en una sociedad, reproduce o transforma modelos preconstruidos. Por eso es posible, para este autor, decir que existen “ambientes de doxas” o “estados de sociedad” con límites para decir y pensar.

La hegemonía en este planteo aparece como una fuerza que va generando esquemas unificadores y reguladores de las retóricas, los tópicos y las doxas que permiten que una sociedad se objete en sus textos. Y toma a los

discursos como una dimensión de la cultura, en la que se vuelven hegemónicos en tanto se benefician de las lógicas dominantes de la cultura para imponerse y difundirse.

La hegemonía designa entonces un grado anterior de abstracción que el de la descripción de los discursos: mutatis mutandis ella es a las producciones discursivas y dóxicas lo que los paradigmas (de Khun) y las epistemes (de Foucault) son a las teorías y doctrinas científicas, que prevalecen a una época dada: un sistema regulador que predetermina la producción de formas discursivas concretas (Angenot, 2010, p.30).

En este planteo, esta especie de poder lingüístico funciona de manera óptima cuando está internalizado o naturalizado por el yo que enuncia, es decir, cuando logra convertirse en productor de identidades e individualidades. Y esto es posible, en el juego de los intereses estructurales, las tradiciones y las posiciones, así como de las perezas intelectuales y las necesidades de adaptación a la doxa, propias de los sujetos.

Angenot observa que la hegemonía se presenta no como un misterioso espíritu de la época que se imprime en los humanos, sino más bien como una “co-inteligibilidad que subsume bajo su halo tanto a los conformistas como a los disidentes” (2010, p. 31). Como una especie de campo de lo entendible al que se incorpora hasta lo nuevo. En este devenir, lo que hoy se rechaza tendrá posibilidades de aparecer en el futuro, cuando esa hegemonía se debilite y los nuevos investigadores se sorprendan porque lo que es habitual en su presente haya sido impensable o indecible en otro tiempo. Para el autor “el pasado es un vasto cementerio de ideas muertas” (2010, p.18). Ideas que en su momento fueron convincentes, y pasado que es hoy estudiado por un analista desde otro conjunto de saberes sólidos pero que van camino a ser devaluados, olvidados o hasta de ser considerados peligrosos, en el futuro.

Mientras tanto, la propuesta de Cornelius Castoriadis (1999) nos invita a llevar adelante una “elucidación práctica” de la realidad, la cual permite pensar lo que se hace y saber por qué se piensa lo que se piensa para indagar sobre cómo se han construido los discursos y los saberes sociales. Es así que en sus obras más importantes trabaja el concepto de “imaginario social”.

El “imaginario social” de Castoriadis (1999) designa al mundo de las significaciones que le dan existencia al modo de ser de las cosas e incluso, a las relaciones entre los individuos. El imaginario define de un modo arbitrario las representaciones sociales y también lo posible de ser pensado por los sujetos, hasta sus deseos subjetivos.

Lo social va constituyéndose a partir del establecimiento de lo que es posible de ser pensado en una época determinada, es decir, de su status quo, de lo “instituido” en términos del autor. Pero estas configuraciones sociales admiten ciertos movimientos, ciertos cambios que son

producidos por algunas fuerzas sociales que quiebran lo instituido para instituirse a posteriori y así convertirse en el nuevo status quo, a estas fuerzas transformadoras, Castoriadis las llama lo “instituyente”.

De esta manera, lo instituido y lo instituyente se van articulando para construir lo social siempre a partir de las significaciones sociales que los sostienen. Por ejemplo, una manera interesante de pensar lo social en el mundo contemporáneo es a partir del concepto de “aldea global” como imaginario social de la globalización, idea que McLuhan construye a partir de la advertencia de que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han posibilitado la construcción de la idea o de la sensación de tener el mundo a la vuelta de la esquina. Significación que se comparte, se difunde, se universaliza, se establece y por lo tanto se instituye en el mundo actual (Lesta y Cañas, 2014).

Y las tareas que implica la actividad interpretativa de estas significaciones en tanto imaginarios sociales (Cabrera, 2006) van desde la consideración de la sociedad como un todo indistinto y confuso -previo y posterior a toda etiqueta- pasando por su reconsideración magmática para llegar a una redefinición de nuevos sentidos y significaciones. Por ello, se dice que toda interpretación de lo imaginario es una reinterpretación, ya que alcanza a analizar los significados en su estado de institución, es decir, de constelación de significaciones con coherencia y cierre. La dialéctica interpretativa que se propone en este marco teórico implica un movimiento que va de lo instituido a lo instituyente y vuelta a lo instituido con nuevas conexiones de sentido.

La dimensión ontológica de la teoría de lo imaginario es la base para la teoría de la sociedad, del sujeto y de la significación. La articulación entre estas teorías y la ontología da el verdadero alcance y originalidad a su teoría general de lo imaginario. De esta articulación deriva la perspectiva hermenéutica de lo imaginario, desde la que se postula una interpretación derivada de una forma de parecer-ser (Cabrera, 2006, pp.73-74).

Es por esto que consideramos, como conclusión, que la perspectiva cualitativa, con las características que hemos nombrado en este trabajo, resulta el marco metodológico más pertinente para el análisis de los imaginarios sociales en y desde los discursos.

Bibliografía

- Angenot, M. (2010). *El discurso social: los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Arnoux, E. (2006). *Análisis del discurso. Modos de abordar materiales de archivo*. Buenos Aires: Santiago Arcos.

Cabrera, D. H. (2006) Lo tecnológico y lo imaginario. Las nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas, Buenos Aires, Biblos.

Castoriadis, C. (1999). *La institución y lo imaginario: primera aproximación, en La institución imaginaria de la sociedad*. Tomo 1. Barcelona: Tusquets.

Lesta, M. L. y Cañas, N. S. (2014). Comunicación e imaginario: El aporte de Cornelius Castoriadis para pensar la sociedad contemporánea. En *Revista Brumario*. Número 10. (pp. 42-50).

Maxwell, J. A. (1996) Qualitative research design. An Interactive Approach. *Sage Publications*. (pp. 1-13). Traducción de María Luisa Graffigna.

En fin, la problemática central de este trabajo, que es parte de la tesis doctoral del autor, se plantea el interrogante de cuáles son las investigaciones interdisciplinarias y qué criterios (epistemológicos y metodológicos) se ponen en juego para definir su interdisciplinariedad. En otras palabras, qué estrategias de investigación interdisciplinaria se ponen en juego en la investigación en comunicación en la Argentina.

De esta manera, el trabajo presentado intenta indagar criterios de interdisciplinariedad en grupos de investigación en comunicación del país. Se trata de ver, en las veintisiete (27) Universidades Nacionales (UU. NN. de ahora en más) en las que se dicta la carrera de Comunicación Social, qué grupos, núcleos o áreas de investigación se denominan interdisciplinarios y por qué. Ante todo, debemos dejar en claro una hipótesis de trabajo. El concepto que abordaremos posee una faceta polisémica en Comunicación. No se puede definir de una sola manera y hay tantas perspectivas como ideas sobre interdisciplina (Follari, 2002). Por ello, es más que importante destacar los criterios que se utilizarán para definir la construcción de un objeto empírico para indagar. Se buscarán nociones de interdisciplina en los proyectos de investigación, en los diseños de esas investigaciones o en las perspectivas epistemológicas y metodológicas de estas.

En suma, el objetivo perseguido será la exploración de las investigaciones denominadas interdisciplinarias en comunicación, atendiendo a los criterios de selección y búsqueda de información antes mencionado.

Este trabajo presenta, de manera sistemática, -como señalamos más arriba- los diferentes casos que integran el objeto de estudio de la tesis doctoral del autor, e introduce, de la misma manera, la idea de estudiar la noción de interdisciplina a través de los productores de este tipo de pesquisa, en comunicación social, en la Argentina.

Antecedentes

Los antecedentes de investigación interdisciplinaria tienen un correlato de producción que se extiende por diversos espacios de saber (desde la biología, pasando por la física, la filosofía y las ciencias sociales), desde una perspectiva histórica y dependen de las tradiciones de investigación a las que se aferran.

Para ello, debemos mencionar tres grandes antecedentes para el pensamiento interdisciplinario. Por un lado, tenemos la construcción de una nueva alianza de producción de conocimientos (Monod, 2007) que proponga nuevos esquemas de entrelazamiento de saberes, entre diferentes espacios de conocimiento y con un nuevo horizonte en foco: se trata de cuestionar

LA INVESTIGACIÓN INTERDISCIPLINARIA ARGENTINA EN COMUNICACIÓN. UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN

Lingeri, Diego

FCS - UNICEN / diegolingeri@gmail.com

Palabras claves: interdisciplina; epistemología; metodología; grupos de investigación; objeto de estudio

Introducción

La investigación interdisciplinaria se desarrolla a mediados del siglo XX. Cuando las estrategias de investigación propuestas por el modelo disciplinario de las ciencias (Wallerstein, 2004) empieza a ver que su modelo cultural y académico deviene insuficiente para la explicación de problemáticas integradas -desde las distintas visiones disciplinarias.

En este sentido, no solo aparecen nuevas formas de pensar y acceder al conocimiento (Teoría general de sistemas, Sistemas Mundo, Multidisciplina, Interdisciplina, entre otras), sino que también emerge un nuevo modelo de investigación: nos referiremos al modelo interdisciplinario.

En cuanto a la comunicación se refiere, nuestra área de estudios tiene una problemática central. Se torna difícil definir qué es interdisciplina y cuáles son las investigaciones que se realizan en clave interdisciplinaria.

las certidumbres del conocimiento y de identificar otras formas de producción entre dominios científicos diferentes.

Otra tradición reconocible son las teorías de sistemas generales (Bertalanffy, 2006). Este modelo de producción de conocimientos plantea la idea de que los sistemas pueden ser integrados en sistemas de mayor generalidad. Por lo tanto, un sistema de saberes como el de la comunicación social podría integrarse con otro como el de la antropología y la sociología y, de esta manera, lograr un sistema comunicacional-socio-antropológico. ¿Podría también integrarse con otros sistemas de saberes de otros dominios, como el de la física y la biología, o la medicina? Depende de la razón con la que se construya ese sistema.

Otro antecedente es el de Sistemas-Mundo de Wallerstein (2004). Aquí, el filósofo norteamericano sostiene la idea de que los sistemas en los cuales nos movemos (especialmente los sociales) han crecido en complejidad y tienen un alcance (o modelo) de carácter global.

Párrafo aparte. Quizás el mayor desarrollo de estrategias de investigación interdisciplinaria sea el planteado por Rolando García (2013), para la elaboración de proyectos de investigación interdisciplinarios y estudios de sistemas complejos en ciencias. Esta mirada no solo plantea modos de construcción de una investigación de esas características, sino que también muestra cómo construir los equipos de trabajo y las particularidades de los objetos de investigación interdisciplinarios (pensados como sistemas complejos).

En comunicación, los antecedentes varían de acuerdo con las formas en las que se ha construido el área de conocimientos y dependiendo, como se mencionó anteriormente, de las tradiciones de investigación que se pongan en juego.

Este escenario, nos pone en contacto con tres grandes tradiciones de investigación en comunicación: los estudios sobre los medios masivos, la denominada teoría crítica y, también, los estudios culturales (o de comunicación y cultura).

Las investigaciones en comunicación masiva, iniciada en los Estados Unidos a principios de siglo XX (Wright, 1989) presentó sus problemáticas de abordaje desde una mirada múltiple (al menos) y encabalgada en diferentes espacios disciplinarios: como la sociología, la psicología experimental e incluso las matemáticas.

En los inicios del Instituto de Investigaciones Sociales de Frankfurt, se realizó una investigación de carácter empírico (Fromm, 2012) (con claros visos interdisciplinarios) sobre la situación política de los obreros y los empleados en las vísperas del *Tercer Reich*. La teoría crítica, epíteto que se agregó posteriormente

-debido, en gran parte, a los trabajos de Horkheimer y Adorno-, tuvo indicios de trabajo interdisciplinario en sus comienzos. Por otro lado, los estudios culturales presentan una clara conformación interdisciplinaria según sus autores de referencia. La corriente británica (Hall, 2017) y los estudios culturales latinoamericanos muestran un claro interés interdisciplinario en su conformación, temas y problemáticas abordadas.

Las problemáticas entorno a la interdisciplina en comunicación han sido debate corriente en congresos y encuentros, como así también objeto de escrutinio e investigación desde diferentes perspectivas.

“[...] la perspectiva de investigación interdisciplinaria ha perdurado durante décadas y ha sido vista como una posibilidad que permite mejorar la comprensión de distintos fenómenos de estudio desde la comunicación. [...] Sin embargo, no parece haber consenso, tanto en su enfoque, tratamiento e implementación como tampoco en su significado.” (León Duarte, 2015: 5)

En este sentido, podemos decir que la investigación interdisciplinaria en comunicación social tiene varios modelos y diferentes formas de reflexión, diseño y producción de conocimientos en clave académica. Se trata de ser conscientes de esa producción plural y polisémica y encontrar los criterios que las sustentan en un objeto empírico de investigación de interés para el autor.

Metodología de trabajo

La metodología que se llevará adelante será de carácter cualitativo. Esta estrategia buscará comprender cuáles son los criterios de construcción de investigaciones interdisciplinarias en comunicación social en la Argentina (en las UU. NN. en donde se encuentra la carrera de comunicación Social). El modelo de análisis que se seguirá estará inclinado a la búsqueda de información y documentación que certifique las estrategias de construcción de equipos interdisciplinarios de investigación en comunicación siguiendo los siguientes criterios: diseño de investigación, elementos conceptuales (epistemológicos) y estrategias de investigación (metodológicas). Es decir, los criterios a los que les prestaremos especial atención, a través del *análisis de las propuestas de investigación*, están vinculados a los temas y problemas abordados, a los objetivos e hipótesis planteados, a los marcos teóricos y a las estrategias metodológicas de dichos grupos, núcleos o áreas de investigación. Se trata de la construcción de un gran cuadro que dimensione un objeto empírico: las investigaciones interdisciplinarias en comunicación social en la Argentina en el corriente año.

Resultados esperados

Los resultados que se esperan encontrar están relacionados con la propuesta de investigaciones interdisciplinarias sin criterios comunes. Es decir, nos encontraremos con la articulación de diferentes investigaciones autodenominadas interdisciplinarias, pero sin criterios que las integren. Se verá, a modo de hipótesis, que la investigación interdisciplinaria en comunicación social es de carácter polisémico, plural y disperso.

La construcción de este objeto presenta la particularidad de identificar una estrategia de investigación -la interdisciplinaria- que no tiene consensos en cuanto a su producción e implementación y que, de esta misma manera, condiciona la construcción de equipos y modelos de investigación.

Los diferentes conceptos vertidos en los antecedentes modelarán, según los criterios establecidos para esta investigación, la producción del objeto de estudio materializada en proyectos de investigación y grupos de trabajo.

Bibliografía

- Bertalanffy, L. v. (2006). Teoría general de los sistemas, Fondo de cultura económica, México
- Follari, R. (2002). Teorías débiles, para una crítica de la deconstrucción y de los estudios culturales, Homo Sapiens, Rosario
- Fromm, E. (2012). Obreros y empleados en vísperas del Tercer Reich, Fondo de cultura económica, Buenos Aires
- García, R. (2013). Sistemas complejos. Conceptos, método y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria, Gedisa, México
- Hall, S. (2017). Estudios culturales 1983. Una historia teórica, Paidós, Buenos Aires
- León-Duarte, G. A: (2015). Transformaciones en el campo de estudios de la Comunicación en América Latina. Perspectivas epistemológicas y éticas en torno a la generación, la apropiación y la divulgación del conocimiento científico – académico, Memorias, Felafacs
- Monod, J. (2007). El azar y la necesidad, Tusquets, Barcelona
- Wallertein I. (2004). Las incertidumbres del saber, Gedisa, Barcelona
- Wright, C. (1989). Comunicación de masas, Paidós, México

LOS MEMES COMO DISPOSITIVOS Y RECURSOS EXPRESIVOS. PROPUESTA METODOLÓGICA PARA SU ABORDAJE EN CIENCIAS SOCIALES

Scalone, Lucía

FHyc - UNJ / luciabscalone@gmail.com

Palabras claves: memes; metodología, comunicación digital, problemáticas contemporáneas de la comunicación

Desde una perspectiva epistemológica, el campo disciplinar de la comunicación social históricamente se caracterizó por explicar fenómenos emergentes relacionados con los medios de comunicación, los efectos de éstos en la realidad y las diferentes prácticas significantes movilizadas por dispositivos tecnológicos y humanos. Tales actos comunicativos están atravesados hoy por las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, dentro del conjunto de los *media*; en estos escenarios los actores involucrados en las prácticas comunicativas deben ser continuamente recreados y redefinidos puesto que el ecosistema cultural mediático se encuentra en permanente crecimiento y mutación. En lo relativo a Internet entonces, estamos frente a un entorno que habilita diferentes posibilidades expresivas a partir de la convergencia de estructuras simbólicas y códigos derivadas de los medios *tradicionales* que se actualizan y resignifican en dicho entorno.

En este sentido es que en la praxis académica disciplinar (tanto en tareas de investigación como de docencia) nos encontramos frente a algunas limitaciones epistemológicas que vienen dadas por la aplicación teórica y práctica de técnicas y métodos que vinieron siendo utilizados por la comunidad científica para explicar fenómenos sociales, culturales y mediáticos que resultan en el presente insuficientes para el abordaje de las problemáticas comunicacionales contemporáneas.

Por ello, sabiéndonos parte de comunidades con nuevas lógicas de producción y distribución de contenido es que resulta necesario ir ensayando otras posibilidades y aperturas metodológicas para que las investigaciones que atienden a las prácticas de intercambio de significado atravesadas por la virtualidad no pierdan el rigor científico que debieran tener y puedan explicar los procesos de integración multimedia del sistema político-comunicativo actual.

Los memes como objeto de estudio

En el escenario comunicativo que ofrece Internet es evidente la presencia de un fenómeno cultural que se mantiene vigente a partir de las vinculaciones que establece con los temas de la agenda pública, este es el meme. Como explica Pérez Salazar (2014), más allá de la dimensión *cómica* con la que se relacionan a los memes desde el sentido común, éstos se constituyen en la actualidad como un objeto de investigación multidisciplinario susceptible de ser analizado desde las perspectivas comunicacionales. Si los entendemos además como signos complejos y portadores de una dimensión simbólica intrínseca, estamos frente a un fenómeno comunicativo que demanda abordajes metodológicos novedosos y específicos.

Si tuviéramos que arrojar una definición que sintetice la idea de *meme* desarrollada por los iniciadores del concepto y que sirva además, para explicar la actualidad del término, nos referiremos al meme como una “unidad de sentido cuya replicación es posible de una forma que podemos decir que es tanto transversal (en distintos grupos dispersos geográficamente, pero con lazos de comunicación entre ellos y ubicados en tiempos más o menos coincidentes), como longitudinal (a lo largo de varias generaciones en el tiempo)” (Pérez Salazar, 2014: 114).

Siguiendo este desarrollo conceptual, un meme puede contar con diferentes formas de expresión cultural (puede ser desde una frase, un baile, una imagen o bien presentarse a partir de diversas formas simbólicas disponibles en Internet). “Sin importar entornos o los sustratos materiales (o virtuales) donde el meme se presente, la replicación es la condición *sine qua non* de este elemento cultural” (Pérez Salazar, 2014: 115).

El meme, en su más amplio sentido entonces, puede ser entendido como “cualquier unidad cultural (material o inmaterial), que puede ser replicada y que da lugar a un espacio de afinidad, entre aquellas personas que comparten su sentido” (Pérez Salazar, 2014: 115).

Propuesta metodológica

La complejidad del fenómeno de los memes en el ciberespacio requiere de un abordaje complejo y necesariamente interdisciplinar en tanto estos dispositivos no resultan piezas comunicativas que puedan aislarse, desagregarse y reinterpretarse en base a sus propias configuraciones sígnicas existenciales. Los memes, por definición, son unidades culturales que se replican en diferentes plataformas, por lo tanto podríamos pensar que estos dispositivos tienen un pasado (una serie de *plantillas* o *preformas* con sus propios significantes y significados), un presente (efectiva actualización de los signos puestos

a dialogar, en una plataforma y momento específico) y un futuro (más o menos perdurable en el tiempo, conforme los significados que condense y las comunidades con las que interactúe). Estos tres momentos entonces pueden ser analizados desde las especificidades y posibilidades que habilitaría cada una de estas fases en el marco general de los objetivos, alcances y enfoques que proponga una determinada investigación.

Operaciones

Los registros de catalogación y/o clasificación resultan una primera instancia –necesaria y ordenadora– del trabajo de relevamiento del corpus. El análisis de contenido resulta una herramienta propicia para identificar categorías previamente definidas, que evidencien continuidades y rupturas de algunas características del material a estudiarse.

Un primer criterio ordenador debería indicar las siguientes variables: fecha de publicación, medio o plataforma, perfil del que se toma (con una breve síntesis), fecha de guardado de la imagen; copia del URL y fecha (para posterior ingreso).

En cuanto a las características formales, se parte de la clasificación que propone Pérez Salazar (2019) en relación con los diferentes tipos de memes que pueden arse¹³¹. Una posible tipología de memes incluiría a los memplexes (memes que enuncian su condición de memes), metamemes (varios memes en un meme) y holomemes (Repertorio cultural completo de las variaciones que presenta un meme, incluyendo aquellas formas latentes o aún no expresadas) (ver imágenes 1, 2 y 3). Finalmente, se podría incluir una variable referida a la originalidad del meme. En esta instancia se debería consignar si la unidad cultural se identifica con una *preforma*¹³² del meme de origen o bien es una creación novedosa y original.

131 Esta clasificación seguramente seguirá creciendo conforme el fenómeno siga su curso e incluso es factible que otros/as investigadores propongan sus propias categorizaciones, lo cual sería muy enriquecedor para superar instancias ensayísticas como ésta.

132 Recordemos que existen ciertos memes que nacieron inicialmente con un propósito específico en la expresión de un acontecimiento situado en coordenadas espacio temporales específicas y, en sus sucesivas replicaciones fueron “arrastrando” esos significantes, convirtiéndose en sí mismos en portadores de un conjunto de significados. Un ejemplo sería el meme conocido como “trollface”, si no conocemos los significados asociados a esta imagen, difícilmente podremos analizar la inserción de dicho elemento sígnico en el meme en cuestión. De allí la importancia de poder reconocer las relaciones que establecen los memes que queremos analizar con sus *preformas* o memes antecesores.

Imagen 1: Metamemes



Fuente: Pérez Salazar (2018)

Imagen 2: Memplexes



sintesis



Fuente: Pérez Salazar (2018)

Imagen 3: Holomemes



Fuente: Pérez Salazar (2018)

El segundo momento de la propuesta consiste en el análisis del meme y sus diferentes signos constitutivos. Para ello la propuesta metodológica para el análisis de imágenes de Joly (2009 y 2012) resulta pertinente en tanto entiende a las imágenes como unidades donde interactúan signos icónicos, plásticos y lingüísticos. El análisis a efectuarse consiste en revisar cada categoría de signos que son puestos en juego en el mensaje considerado: plásticos (colores, formas, texturas, espacialidad), icónicos (las figuras y los motivos) y lingüísticos (bajo su doble aspecto: lingüístico y plástico), aislándolos y analizándolos en el plano de la expresión y del contenido para observar luego cómo interactúan unos con otros en el mensaje global.

En un tercer momento se procedería a enunciar las condiciones contextuales que enmarcarán luego las operaciones interpretativas propias del entrecruzamiento y síntesis de los datos relevados. Se prevé entonces una breve síntesis de los referentes socio históricos necesarios para la interpretación del mensaje. Finalmente, se recuperan datos relativos al *engagement*¹³³ de cada meme, 133 Diferentes modalidades de interacción de los usuarios/as en redes sociales ("me gusta", *share*, *comments*, etc.).

según la plataforma desde la cual se esté trabajando. Algunas variables para medir este indicador pueden referirse a la cantidad de reacciones de los/as usuarios/as, cantidad de comentarios y palabras clave presentes en los comentarios).

La última etapa de la operatoria propuesta resulta de la articulación entre las anteriores fases llevadas adelante. Este movimiento de *síntesis* implica efectivizar procesos heurísticos de *interpretación/reinterpretación* donde finalmente se construirán significados posibles en la construcción creativa de conocimiento. Los resultados se enmarcarán además, dentro de los parámetros prefijados por los objetivos y propósitos de cada investigación, y por ello mismo serán susceptibles a posteriores discusiones y reinterpretaciones. No obstante esta última afirmación, el procedimiento sugerido permite dejar evidenciadas las lógicas inductivas y deductivas llevadas a cabo en la investigación y así dar cuenta del razonamiento ejercitado para el arribo de las conclusiones expresadas.

Gráfico 1
Etapas de la propuesta para análisis de memes



Fuente: elaboración propia

Gráfico 2
Operaciones específicas de las fases involucradas en la metodología para análisis de memes

Primera fase	Segunda fase	Tercera fase
<ul style="list-style-type: none"> • CATALOGACIÓN <ul style="list-style-type: none"> • fecha de publicación • medio o plataforma • perfil del que se toma • fecha de guardado de la imagen • copia del URL • CATEGORÍAS <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de meme <ul style="list-style-type: none"> •>> Metameme •>> Memeplane •>> Holomeme •>> Otro • Originalidad <ul style="list-style-type: none"> •>> Derivado de preformas •>> Nueva propuesta • Otras categorías requeridas por la investigación 	<ul style="list-style-type: none"> • SIGNOS PLÁSTICOS <ul style="list-style-type: none"> • Formas • Colores • Texturas • Escuadras • Especialidad • SIGNOS ICÓNICOS <ul style="list-style-type: none"> • Figuras • Motivos • SIGNOS LINGÜÍSTICOS <ul style="list-style-type: none"> • Aspecto plástico <ul style="list-style-type: none"> •>> Formas •>> Colores •>> Texturas •>> Escuadras •>> Especialidad • Aspecto lingüístico <ul style="list-style-type: none"> •>> Contenido textual del meme (si hubiera) 	<ul style="list-style-type: none"> • CONTEXTUALIZACIÓN <ul style="list-style-type: none"> • síntesis de los referentes socio-históricos necesarios para la interpretación del mensaje • ENGAGEMENT <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de "me gusta" • Cantidad de compartidos o share • Cantidad de comentarios • Palabras clave en los comentarios

Fuente: elaboración propia

Palabras finales

La propuesta presentada es un ensayo y se encuentra en una etapa inicial de reflexión y discusión teórico-metodológica. Surge como una necesidad, real y específica, manifestada por estudiantes y colegas que se sienten atraídos por la investigación social de fenómenos relacionados con Internet, las redes sociales y las nuevas posibilidades comunicativas que emergen en tales plataformas. Como toda propuesta, es perfectible y esperamos que a partir de su puesta en circulación, se siga enriqueciendo con el aporte colectivo que es, en definitiva, la única forma posible de investigar y producir conocimiento en ciencias sociales.

Referencias bibliográficas

Joly, M. (2009) *Introducción al análisis de la imagen*. Buenos Aires: La Marca Editora.

Joly, M. (2012) *La imagen fija*. Buenos Aires: La Marca Editora.

Pérez Salazar, G. (2014) “El meme en redes sociales: prácticas culturales de replicación en línea” (113-132). En Flores Guevara, S. (coord.) *Redes sociales digitales: nuevas prácticas para la construcción cultural*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Pérez Salazar, G. (2018) “Memes e identidad”. Videoconferencia. San Salvador de Jujuy. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Jujuy.

LINEAMIENTOS PARA UN ABORDAJE MATERIALISTA DE LAS PRÁCTICAS EN TORNO A LAS TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN

Michelazzo, Cecilia

FCC- UNC / ceciliamichelazzo@hotmail.com

Palabras claves: metodología; consumos; emociones; artefactos; imágenes

Las reflexiones metodológicas que se comparten en este trabajo se vinculan a una investigación sobre consumo de tecnologías en contextos de socio segregación urbana,

concretamente con jóvenes que habitan algunas de las ciudades barrio de Córdoba. El objetivo de la misma, es comprender las prácticas en relación a los artefactos y dispositivos de comunicación, las que hemos desarrollado en términos de *consumo*. La perspectiva materialista escogida nos lleva a centrar la atención en las relaciones que traman sujetos, tecnologías y el espacio. Buscamos comprender de qué están hechos esos lazos y cómo sus características dan cuenta de rasgos y dinámicas del momento actual del modo de producción capitalista, de las tendencias que expresan los procesos de *mediatización* y *mercantilización* de las relaciones sociales. En este sentido es que hemos buscado construir un abordaje que nos permita acercarnos a lo que ocurre “entre” el sujeto y su contexto, entorno material en que habitan, entorno tecnológico, entre sujetos, en ese contexto y con esas tecnologías. Buscamos generar condiciones de observabilidad para aquello que residiendo en el sujeto, siendo su parte constitutiva, en realidad no es exclusivamente propio, interior, inconsciente, individual. Para aquello que, siendo *estructura*, un *modo de producción* que condiciona, organiza y constriñe, que implica cierta división del trabajo, división de clases, formas de propiedad, y que se plasma en los artefactos; sin embargo no determina posiciones subjetivas, más bien *moldea* y *modula* las subjetividades que lo sostienen. (Deleuze, 1991) La sociedad produce al ser humano como tal, y es producida por él, de modo que actividad y sensibilidad humanas, son actividad y sensibilidad sociales (Marx, 1980). Modos de hacer, modos de gozar, modos de sentir; actividades y sensibilidades se constituyen como objeto adecuado para comprender lo social que las constituye y cómo constituyen lo social.

Consideramos la *actividad*, lo que los sujetos hacen, cómo y por dónde se mueven, lo que dejan o toman entre sus manos, las prácticas corporales, materiales. Estas prácticas tienen *sentidos* (en su doble acepción de *orientación* y *significación*). En primer lugar, el origen de toda práctica es la percepción. De allí que nos hayamos interesado centralmente en las imágenes sensoriales, y fundamentalmente en las visuales, buscando reconocer los rastros y rasgos de la producción de los sentidos. A partir de la centralidad del sentido de la vista en nuestras formaciones sociales hemos buscado construir una estrategia metodológica centrada en imágenes, que permitiera abordar lo que *parece* y lo que *aparece* a los sentidos.

Al mismo tiempo, nos hemos interesado por las emociones, los “sentidos espirituales o prácticos” en términos de Marx, como interior del cuerpo donde se inscribe también lo social, como motor y fundamento de las prácticas. Aunque no se desconoce que hay en la emocionalidad una dimensión propia de la unicidad del individuo y su experiencia personal, se enfatizan los factores sociales, culturales, ideológicos, que dan forma y

sentido a las emociones; ya que, sin desconocer el sustrato neurofisiológico de la capacidad de sentir, el contexto socio-histórico es fundamental para comprender las maneras en que se realiza en las sensibilidades particulares. (“Construccionismo no radical” en términos de Luna Zamora (2010)).

Retomaremos algunas mediaciones propuestas por la socióloga marroquí-francesa Eva Illouz para pensar las relaciones entre consumo y emociones, en un proceso complejo que involucra la cognición y las creencias, los deseos, el cuerpo y el lenguaje. En cuanto a la cognición, atenderemos a aquellas ideas y creencias que están en la base de los consumos tecnológicos que observamos, atendiendo a resonancias con publicidades, discursos públicos o políticos, institucionales, religiosos o tradicionales. En cuanto a los deseos y afectos, consumir implica apropiarse, más allá de la *propiedad*, implica participar de un sistema de significados compartidos y significa experimentar sensaciones, afectos, respecto a bienes o *servicios*; sea adquiriendo, usando, observando, evocando; que se expresan en palabras, en gestos, en el rostro. En cuanto al cuerpo, el consumo es producción del sujeto: Marx lo ejemplificaba con el alimento, al consumirlo nos “producimos” como personas. Atenderemos entonces a cómo se *incorporan* los artefactos a los cuerpos, cómo lo modifican en la postura, en la presentación de sí, en los momentos de interacción. Respecto del lenguaje, el ámbito de las tecnologías es particularmente propicio para analizar estas relaciones posibles entre ampliación del léxico y sensibilidades, tanto por la constante oferta de nuevos productos o funciones, como por involucrar de manera directa productos que median en relaciones interpersonales.

Así, buscaremos reconocer y comprender: qué hacen los sujetos con los que trabajamos con los artefactos/mercancías tecnológicas en el espacio urbano que habitan, qué perciben de su entorno y de los artefactos, cómo median las tecnologías en dicha percepción, y qué sienten por y con dichos artefactos. Para esto hemos articulado una metodología que combina la observación en terreno, en situaciones cotidianas, de las prácticas de consumo de artefactos y de las prácticas del espacio, registrando trayectos, disposiciones corporales, también diálogos y expresiones; con encuentros expresivos creativos fundamentalmente destinados a la producción de imágenes.

Consideraremos en conjunto las imágenes, como una *constelación*, siguiendo la pista de W. Benjamin: imágenes producidas por los sujetos en el marco de los talleres de fotografía, imágenes/escenas tomadas del trabajo en territorio, imágenes descriptas, relatadas. Se construirán con ellas *series*, agrupadas en torno a un núcleo común, en un montaje o collage, donde cada imagen provoque sentidos, en relación a las que la rodean, buscando en

las palabras evocadas tanto como en su contexto de producción la guía para su interpretación. En este sentido las imágenes serán escogidas por su potencia significativa o metafórica para mostrar tendencias y recurrencias.

Procuramos *captar* dinamismos, contradicciones, en estas complejas relaciones de las experiencias personales en sus contextos de producción; seguir pistas, interpretar, reconstruir, a través de un conjunto de imágenes algunas de las matrices de subjetivación y socialización que operan en nuestra ciudad contemporánea, en referencia la “*flanerieu*” benjaminiana, caracterizada por Valdetaro (2015: 180) como un “modo detectivesco de estar en la ciudad”.

Bibliografía

- Benjamin, W. (1999) Poesía y Capitalismo. Iluminaciones II. Madrid: Taurus
- Boito, M. E. (2013) “Imagen, reproducción, entorno. Topos discontinuos en una reflexión estético-política”. La Trama de la Comunicación (17), Universidad Nacional de Rosario, 177-194.
- Deleuze, G. (1991) “Posdata sobre las sociedades de control” En Ferrer (comp) El lenguaje libertario. Montevideo: Nordan.
- Illouz, E. (2009) “Emotions, Imagination and Consumption: A new research agenda”. Journal of Consumer Culture, (9), Londres: Sage. Disponible <http://joc.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1469540509342053>
- Luna Zamora, R. (2010) “La sociología de las emociones como campo disciplinario. Interacciones y estructuras sociales”. En Lisdero, P. y Scribano A. (comps.) Sensibilidades en juego: miradas múltiples desde los estudios sociales de los cuerpos y las emociones.
- Marx, K. (1980) Manuscritos: Economía y filosofía. Traducción Francisco Rubio Llorente. Madrid: Alianza Editorial.
- Valdetaro, S. (2015) Epistemología de la comunicación. Una introducción crítica. Rosario: Universidad Nacional de Rosario.

COMUNICACIÓN E INNOVACIÓN: ALGUNAS PISTAS PARA SU ANÁLISIS

Ortiz, Claudia Isabel

FCC -UNC / claudiaisabel.ortiz@gmail.com

Palabras clave: innovación-enfoques teóricos- comunicación-cambio social

Presentación

El objetivo de la presentación es exponer algunas consideraciones teóricas al respecto del concepto de innovación en el terreno de las ciencias de la comunicación, en el marco de un actual contexto social, económico, político que le ha otorgado una vitalidad discursiva relevante. Esta inquietud parte del trabajo de investigación en curso denominado “La innovación como concepto y como práctica en la Educación Superior. Una aproximación a las visiones que sustentan la vinculación y la transferencia de conocimiento orientadas a la innovación”, subsidiado por la Secretaria de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba (2018-2021).

El objetivo general de este proyecto es comprender las visiones sobre innovación que orientan las prácticas de transferencia y/o vinculación en la Universidad Nacional de Córdoba, desde las conceptualizaciones y experiencias del área de ciencias sociales y humanas de la institución, en el período 2008-2018. A partir de esta meta, una de las cuestiones centrales que afrontamos como equipo de investigación, es relevar los enfoques, discusiones y perspectivas críticas relacionadas al concepto de innovación en el terreno de las ciencias sociales y de la comunicación, a la luz del paradigma dominante que pareciera contener al mismo.

Por lo tanto, para ordenar algunas de las aristas que nos presenta esta tarea, la exposición se organizará en dos apartados. En el primero, presentaré las características del proyecto en curso, de manera general. En el segundo apartado, presentaré algunas entradas para el abordaje teórico del concepto de innovación, en particular las discusiones al respecto de la noción de innovación social. En este recorrido se recuperan los mojones teóricos que han ofrecido las discusiones de la teoría de la difusión de innovaciones, la comunicación para el desarrollo y el cambio social.

1. Los derroteros de una idea: las preguntas que cruzan el proyecto

En esta exposición me interesa presentar las inquietudes que, desde lo individual y en la construcción de la propuesta colectiva, se plasmaron en dos grandes interrogantes que se expresan en el proyecto. Me permito recuperar sólo los dos interrogantes centrales que marcan las líneas de indagación. Por un lado, se plantea el interés en ahondar ¿Qué conceptualización y prácticas caracterizan actualmente a la innovación en la Universidad Nacional de Córdoba? Por otro lado, ¿Qué rol se asigna a las ciencias sociales, de la comunicación y humanas en los procesos de vinculación y transferencia de conocimientos en contextos de desigualdad social?

En una lectura atenta el concepto de innovación emerge en el terreno de las preocupaciones como objeto necesario de indagación teórica y como parte de las discursividades que configuran el paradigma de la “Sociedad del Conocimiento” en la actualidad. En esa línea, se sitúa el discurso que la propia Universidad plantea a través de la definición de una agenda de temas, que pareciera emerger como producto de las prácticas científicas, de extensión o académicas desde su propio seno y otras veces, impulsadas por las definiciones de las políticas nacionales de CyT pero también, redefinidas a partir de otros espacios regionales e internacionales.

Podría afirmar que lo expresado no es algo novedoso. Sin embargo, está dinámica que asumen la constitución de las agendas científicas y de innovación atraviesan la vida de la Universidad a través de temporalidades, espacios, actores, valores y prácticas diferenciadas. Dinámicas que nos hablan de transformaciones institucionales a distintas velocidades y tramas desigualitarias de producción transferencia, evaluación, adaptación, aplicación y apropiación de conocimientos.

Frente a este panorama, que es sólo un punto de partida muy general, ¿cómo abordar esa relación expresada en el primer objetivo específico dentro del marco de la realidad de la UNC? ¿Qué espacios, actores, valores y prácticas seleccionaría para abordar estos procesos de constitución de agendas referidas a la innovación? ¿por qué el interés de conocimiento está puesto en el terreno de las ciencias sociales, de la comunicación y humanas?

2. Mojones teóricos para iniciar algunas reflexiones

La innovación es un concepto actual de aparente neutralidad y gran aceptación, sin embargo, como dice Echeverría (2017, p. 98), hay un “buenismo subyacente” que la presenta como un horizonte deseable y que no permite ver otras formas de entenderla y de analizarla en profundidad para considerar no sólo su asociación a la creación y sus oportunidades sino también a la

destrucción y otros riesgos. A su vez, su uso se ha extendido en diversos ámbitos y se ha tornado en un concepto polisémico, detrás del cual existen variadas interpretaciones que dan sustento a modelos de gestión y producción de conocimiento encaminados a consolidar distintas visiones acerca del desarrollo (Desarrollo Sustentable, Desarrollo Humano, Desarrollo Inclusivo, Desarrollo Sostenible, entre otras), de los patrones de acumulación que los sostienen o las modalidades de encarar la inclusión social (Alzugaray et al, 2013).

En este contexto, las universidades adquieren una mayor relevancia en la tarea de promover tendencias hacia la innovación a partir de asignarle a la Educación Superior un rol transformador en el marco de los procesos de globalización y la consolidación de la Sociedad del Conocimiento. En esta línea de planteos, se han ampliado los sentidos o las visiones asociados al de innovación para dar cuenta de diversas formas de agenciamiento de grupos sociales, instituciones comunitarias (innovación social) que se despegan del paradigma tecno-económico dominante sobre la innovación. En esta perspectiva es necesario profundizar para una mejor comprensión de las características que asume el desarrollo de innovaciones desde el campo de las ciencias sociales, de la comunicación y humanas.

2.1. Comunicación e innovación

Al realizar una primera exploración, el concepto de innovación se presenta difuso y esta condición ambigua lo coloca en las inmediaciones de propuestas contrapuestas sobre su significación. Este arco de las significaciones oscila entre un término de moda (Gurruchaga A. y Echeverría J. 2010) y sus posibilidades concretas de propiciar e interpretar los procesos de desarrollo o de desigualdad social.

Una de las puertas de ingreso a estos debates es a través de los rastreos de la historia del término innovación. En esta línea podemos situar el aporte que realiza el estudioso canadiense Benoît Godin (2008), que elabora una genealogía del término e introduce algunas aristas para el análisis crítico. Un aspecto importante de su trabajo es que durante varios siglos subsistió un sentido peyorativo del término como sinónimo del mal y lo prohibido. En la etapa de las revoluciones inglesa y francesa, se asociaba a estas prácticas.

De los aportes de Joseph Schumpeter (1934), el término emerge en clave de “destrucción creadora”, dotando de un sentido económico positivo en el marco del paradigma del desarrollo empresarial y económico. En el contexto histórico de la segunda posguerra mundial, este sentido se fortalece con base en el impulso del desarrollo tecnológico. Las novedades tecnológicas configuran el ideario del desarrollo occidental y a partir

de esa referencia, se ajustó su sentido en términos de *innovación tecnológica*. A la vez que se fortalece el modelo lineal de innovación en el cual la investigación científica, los científicos considerados como expertos y los desarrollos tecnológicos (I+D), junto con la aplicación que promueven las empresas en los distintos mercados, emergen como las fuentes privilegiadas y/o legitimadas de innovación. Aunque este modelo es cuestionado, no ha dejado de ocupar su lugar como piedra de toque de las denominadas políticas de innovación.

En el terreno de los estudios de la comunicación, el conocido *difusionismo* o la teoría de la difusión de innovaciones de Everett Roger (1962) cierra el sentido positivo en torno al concepto de innovación, que será la base explicativa de los cambios en los procesos de modernización de las sociedades, en especial del denominado Tercer Mundo. Básicamente, asentado sobre la idea de un modelo lineal de la comunicación y los efectos persuasivos de los medios de comunicación. (Arroyave Cabrera, 2007) Esta línea de trabajos forma parte de los primeros estudios identificados dentro de la génesis de los modelos de la comunicación para el cambio social y que han sido la base de los programas de cooperación internacional durante varias décadas (Gumucio-Dagron, 2011) La revisión de estos aportes en el terreno de los estudios que retoman la noción de innovación es necesaria para reflexionar sobre los idearios que aún subsisten dentro de algunas propuestas de programas que toman a la innovación el atributo necesario de crecimiento social y económico contemporáneo.

A medida que han avanzado los debates, se ha producido un giro en los estudios de innovación. ¿Qué aspectos promovieron la ampliación del concepto? En esta línea es muy importante el aporte de Javier Echeverría. El investigador propone incorporar una mirada desde la complejidad y la multidimensionalidad que suponen los procesos de creación de innovaciones. De ahí que propugna un modelo plural de la innovación y corregir el sesgo economicista o tecnológico que atrapó al concepto. También, Echeverría se posiciona contra toda expresión triunfalista sobre las innovaciones.

Los aportes señalados me orientan a considerarla necesidad de definir herramientas teóricas que asistan en el análisis de diversas paradojas y antinomias implicadas en los procesos de innovación y la formulación de las agendas políticas de Educación Superior, que contemplan el ideario de la innovación. Nos alienta a explorar los modelos que sostienen las políticas y la revisión crítica en la cual se funda el vínculo Universidad-Sociedad.

Bibliografía

Alzugaray, S; Mederos, L. y Sutz, J. (2013) Investigación e innovación para la inclusión social: la trama de la teoría

y de la política. *Isegoría*, (48), 25-50.

Arroyave Cabrera, J. (2007). The emergence of diffusion theory in latin america: a restropect analysis. *Investigación & Desarrollo* [en línea] 2007, 15 (Sin mes) : [Fecha de consulta: 26 de junio de 2019] Disponible en:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26815202>> ISSN 0121-3261

Echevarría, J. (2017). El arte de innovar. Naturalezas, lenguajes, sociedades. Madrid: Plaza y Valdés Editores.

Gurruchaga, A. y Echeverria, J. (2010). La luz de la luciérnaga. Diálogos se innovación social; ASCIDE, Zarautz, Guipuzkoa.

Godin, B. (2008). Innovation: the History of a Category. Montreal: INRS, Project of Intellectual History of Innovation. En

:Gumucio-Dagron, A., Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. Signo y Pensamiento [en linPara una relectura de la Escuela Latinoamericana de Comunicación Social ¿Nuevos mapas nocturnos?ea] 2011, XXX (Enero-Junio) : [Fecha de consulta: 26 de junio de 2019] Disponible en:

<http://www.redalyc.org/articulooa?id=86020038002>> ISSN 0120-4823

PARA UNA RELECTURA DE LA ESCUELA LATINOAMERICANA DE COMUNICACIÓN SOCIAL ¿NUEVOS MAPAS NOCTURNOS?

Zalazar, Oscar

*Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNCuyo/
grupozero07@gmail.com*

Zavala, María del Rosario

*Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNCuyo/
mrosarioza@gmail.com*

Molina Guiñazú, María Milagros

*Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNCuyo/
milagrosmolina@hotmail.com*

I- Introducción

En el siguiente trabajo continuamos con una línea de investigación que iniciamos hace ya algunos años pero, a la luz de los acontecimientos actuales en el escenario latinoamericano, adquiere un sentido inaplazable. Así, hechos tales como los golpes blandos organizados por el *Lawfare*, la concentración obscena de los grupos mediáticos -surgidos de las reformas neoliberales desde los 90- y la emergencia de un *fascismo de baja intensidad*, con sus consecuencias nefastas -tanto en el plano institucional como en las subjetividades individuales y colectivas- configuran, desde nuestra perspectiva, una *nueva época*.

Ante estos síntomas crecientes y preocupantes, nuestra propuesta desde el campo de la comunicación, es hacer una relectura del corpus latinoamericano y de la tradición de la Escuela Latinoamericana de Comunicación Social (en adelante ELACOM) con el fin de preguntarnos por problemas propios e indagar en las diferentes respuestas que se dieron nuestros/as investigadores/as. Entre las razones de esta relectura está la operación académico/política de construir un corpus bibliográfico crítico y situado.

En esta ocasión nos interesa preguntarnos por la vigencia de los mapas nocturnos, esos mapas de conceptos y de categorías que Jesús Martín Barbero en Cali, en 1985, nos proponía para pensar la investigación en comunicación social. Esos mapas surgidos del tránsito de los medios a las mediaciones, es decir, en el ir hacia los públicos, percibir las diferentes matrices culturales, las estrategias, las peripecias de las luchas por la dirección ético política de nuestras sociedades.

Concretamente los objetivos que orientan nuestra pesquisa son, tal como lo mencionamos más arriba. releer la tradición de la ELACOM para construir un corpus bibliográfico que sustente una teoría crítica latinoamericana contemporánea en comunicación; discutir la pertinencia de la metodología de mapas nocturnos propuesta por Martín Barbero y reconstruir las memorias de la lucha desde el espacio de la comunicación, combinadas a la idea de proyecto para prefigurar un futuro posible en el campo.

II- ¿De qué hablamos cuando hablamos de Escuela Latinoamericana de Comunicación Social?

Tal como presentamos en la introducción de este trabajo, existió en nuestra región desde mediados del siglo XX, la preocupación por una comunicación desde y para América Latina y, sobre todo, a la altura y en consonancia con los procesos de emancipación que bullían en su interior.

Los/as académicos/as latinoamericanos/as construyeron una teoría para revertir los flujos de la información, hacer del diálogo un modelo y aportar a la enorme tarea de la democratización de la comunicación. El derecho de ver y ser visto; de oír y ser oído y de hablar y ser escuchado, independientemente de la clase, la raza o el género; fueron -y lo siguen siendo en la actualidad- una preocupación constante en la ELACOM.

Aunque existen diversas interpretaciones, el surgimiento de la ELACOM puede explicarse como la expresión o el resultado de una reacción generalizada de los investigadores/as latinoamericanos/as ante la expansión de la sociología empiricista y la psicología conductista norteamericana que desde 1952 venían imponiéndose en nuestra región. También se ha señalado como causal, la crisis y el agotamiento del esquema económico de sustitución de importaciones que se consideraba como la base para un desarrollo sostenido de la región. De las diversas interpretaciones respecto del surgimiento de esta escuela o tradición de investigación, sin dudas, lo que nos interesa es sobre todo el poder disruptivo y dislocador del pensamiento comunicacional de los sesenta ligado al entusiasmo por el poder liberador de la *comunicación horizontal*.

Décadas más tarde Jesús Martín Barbero nos propone, desde un pensamiento abierto e interdisciplinar ir *De los medios a las mediaciones* (1987) e incorporar saberes diversos y dotar de valor científico a una serie de *objetos de estudios* capaces de, a través de un análisis riguroso, acceder y comprender las dimensiones más serias y profundas de la vida social.

III- ¿Por qué hablar de mapas nocturnos?

Para Martín Barbero hay diversos ejes que configuran esta categoría teórico- metodológica. Algunos que nos interesa señalar aquí:

1. Pensar más allá de la mera reproducción social (superar el ideologismo)
2. Sustituir la teatralidad callejera por la espectacularidad de la televisión
3. Incorporar el papel de las culturas populares en la apropiación de las tecnologías
4. Asumir las críticas a la modernidad que consisten en: la crítica del sujeto y de la conciencia; la importancia de un análisis desde un contexto específico (un pensar situado) y la sociedad como una sociedad en red, es decir, como una red de conexiones, autorregulaciones y transparencias.

Así a través de la afirmación de que “Todos somos mensajeros”, la propuesta del autor es pasar del

comunicador intermediario “voz de su amo, ilusionista que cree poder hacer comunicar a los que mandan con los que sufren sus abusos, a los creadores y a los consumidores, sin que esas relaciones de poder nada cambie” (Martín Barbero, 2011:20), al *comunicador mediador* “que es aquel otro que asume como base de su acción las asimetrías, las desigualdades sociales y culturales, que tensionan/ desgarran toda comunicación, y entiende su oficio como el trabajo y la lucha por una sociedad en la que comunicar equivalga a poner en común, o sea, a entrar a participar y ser actores en la construcción de una sociedad democrática” (Martín Barbero, 2011:20).

Se trata de un comunicador preparado para indagar la dominación, a través de mapas.

“De los medios a las mediaciones donde sinteticé así lo que entendía por mapa nocturno: un mapa para indagar la dominación, la producción y el trabajo pero desde el otro lado: el de las brechas, el consumo y el placer. Un mapa no para la fuga sino para el reconocimiento de la situación desde las mediaciones y los sujetos, para cambiar el lugar desde el que se formulan las preguntas, para asumir los márgenes no como tema sino como enzima. Porque los tiempos no están para la síntesis, y son muchas las zonas de la realidad cotidiana que están aún por explorar, y en cuya exploración no podemos avanzar sino a tientas o con sólo un mapa nocturno” (Martín Barbero, 2002:16).

Así, la metodología del mapa nocturno nos permite atravesar las contingencias de un proceso de conflictos, peripecias, vueltas al pasado, apuestas a un porvenir incierto; es decir, la historicidad de un proceso de comunicación latinoamericano en sus diferentes temporalidades, matrices y territorialidades. Mapas nocturnos para conducirnos en la praxis confusa de la comunicación, en un proceso que se llamó transnacionalización en un primer momento y que hoy llamamos plenamente, globalización. Se trata de posicionarnos como investigadores sociales desde la perspectiva de las culturas populares para rearticular la memoria de una tradición de procesos culturales de luchas por la democracia, la participación y la ciudadanía. Mapas nocturnos para superar el ideologismo, que reduce el papel de los medios a meros instrumentos de la dominación social, o ese neo empirismo que desocializa, y por lo tanto, despolitiza el análisis comunicacional, es decir, nos permite analizar cómo se construyen las hegemonías, pensar las contra hegemonías, en fin, intervenir en el proceso cultural *nuestroamericano*.



EJE N°14



Lenguajes, tecnologías y nuevos medios

INSTAGRAM Y LA CONFIGURACIÓN DE NUEVAS SUBJETIVIDADES

Ferreira, María Elena

UNVM - UNC /mariaelena.ferreyrau@gmail.com

Palabras claves: nuevos medios; interfaz; selfi; imágenes

Una nueva interfaz comunicacional tiene lugar. Aquella que articula la representación visual de los sujetos con la expresión más íntegra de su propia experiencia. El narciso contemporáneo se da a ver en sus redes sociales, sus historias, sus posteos, sus selfis y sus anti-selfis. Las formas estético narrativas de la primera persona han mutado desde la autobiografía literaria y el autorretrato pictórico, a las producciones audiovisuales y gráficas en la redes sociales. Esta ponencia reflexiona sobre los alcances de esta modalidad mediática a partir de las perspectivas teóricas de los Estudios visuales. El objetivo es referir a la dimensión visual en la conformación de ciertas subjetividades contemporáneas y a la manera en que efímeras narrativas visuales del yo ponen en circulación mecanismos identitarios no convencionales. Con este fin, se toman como ejemplo de análisis un reducido número de cuentas de la red social Instagram, en las que observar algunas particularidades.

Entorno Instagram

Carlos Scolari define Interfaz como un término potente que puede explicar muchas de las relaciones humanas y sociales del siglo XXI. Así como en la década del 50 fue "estructura", en los 60 "signo", en los 80 "discurso", bien podría indicarse el término "interfaz" como el concepto clave que permite ver lo que pasa, en los grupos sociales, en la política, en la comunicación interpersonal, etc. (2019: 21). En cierta medida el concepto remite a la premisa posestructural de Intertextualidad (Bajtín, 2002) o anclaje rizomático (Deleuze y Guattari, 2001) como una dimensión de lo vincular que articula discursivamente – e inevitablemente- las relaciones intersubjetivas posibles, en sentidos y direcciones múltiples.

Esta mediatización, opera a partir de un régimen escópico natural y propio. Instagram es una red social que nació en 2010, en California y no ha dejado de crecer. Posee en la actualidad unos mil millones de usuarios activos en todo el mundo (Mejía Llanos, Juan Carlos: 2019) La plataforma es tomada como un auténtico medio que

da lugar a una cultura específica que opera mediante la difusión de imágenes registradas habitualmente con un *smartphone* y subidas a la red con diversos epígrafes, y efectos visuales específicos. Se estima que cada 60 segundos, se comparten más de 65.000 fotos en todo el mundo a través de esta plataforma.

Si bien todas las redes sociales permiten el manejo individual y personal de información, comentarios, textos e imágenes, esta red se caracteriza por priorizar la imagen fotográfica como soporte predilecto de divulgación. En la actualidad se incorporaron formas audiovisuales, grabadas y en vivo y los textos escritos como epígrafes comienzan a tener mayor longitud en un nuevo gesto poético que remeda al tradicional blog personal.

Instagram favorece una presentación de identidades vivas diferentes y diferenciables. Los usuarios publican y difunden imágenes cuya riqueza visual es variada y refieren a estilos y puntos de vista que indican variado dominio de la gramática audiovisual. El fenómeno asocia a la disponibilidad de equipamiento de alta tecnología y a la autodidaxis de sus usuarios. Tutoriales, consejos y recomendaciones, generan una instrucción sobre el lenguaje visual gratuita y profusa.

Para Lev Manovich, la actitud del *instagramer* que publica sus fotografías implica "la desfamiliarización de una realidad conocida e identificada" (2017: 121). Esta cultura da lugar a subculturas definidas estilísticamente. A su vez, los *hashtags* o etiquetas permiten identificar y agrupar perfiles, estilos y temas. Se generan también una serie de modas/normas que de hecho, prescriben claramente qué, cómo, cuándo y dónde publicar.

Lev Manovich (2017) ¹³⁴establece una primera clasificación de dichas imágenes en tres categorías: Casual, Profesional y de Diseño. Luego (2018) se refiere a las fotografías amateur o no competitivas y a las imágenes competitivas o con pretensiones profesionales.

Dispositivo selfi

Ahora bien, los temas fotografiados son variados, sin embargo se destaca el autorretrato fotográfico, denominado "*selfie*"¹³⁵ o "selfi". En estas fotografías, se

¹³⁴ Lev Manovich lleva adelante un interesante trabajo de carácter etnográfico mediante el cual recopilan y analizan alrededor de 15 millones de imágenes publicadas en esta red entre 2013 y 2015 en 16 países. El objetivo es observar conexiones y diferencias entre los materiales visuales, permitiéndole construir un mapa de estilos fotográficos casi global.

¹³⁵ El término *selfie* se popularizó debido a su uso por las nuevas tecnologías. En 2013 el *Diccionario Oxford* la consideró la palabra del año y la incorporó dentro del idioma inglés. El vocablo *selfie* es un sustantivo compuesto por las palabras "self", que significa 'auto', e "-ie", que traduce 'yo' o 'yo mismo'. El primer uso de la palabra *selfie* de que se tiene registro data del año 2002, cuando fue utilizada en un foro en línea en Australia. A partir del 21 de diciembre de 2018, la Real Academia Española (RAE) incorporó el término 'selfi' al idioma español como sinónimo de "autofoto" o "autorretrato".

exponen de manera simultánea la operación de disparo de la toma con la imagen del sujeto registrado. Se superponen dos acciones opuestas y complementarias a la vez.

El rostro y el cuerpo del *instagramer* aparecen en la imagen, de una manera inusual. “Manos, dedos, pies o figuras completas que se muestran en situaciones: despertarse, disfrutar de un momento relajante de café, rodeado de objetos, en el paisaje urbano (...). Este conjunto de estrategias no aparece en el fotografía comercial y publicitaria publicada hoy o antes en el siglo XX.” (Manovich, 2017: 45)

Lev Manovich trabaja de manera puntual la fotografía selfi en Instagram. Se destaca su trabajo de 2014, *Selfcity*,¹³⁶ en el que analizan alrededor de 120.000 selfis publicadas en la plataforma Instagram en las ciudades de Berlín, Moscú, Sao Paulo y Nueva York.

Por su parte, el investigador francés André Gunthert, sostiene que en el campo de las prácticas visuales contemporáneas, la autofoto se muestra de manera contundente, siendo una práctica muy cuestionada por las autoridades culturales entre 2013 y 2014.

“(...) la condena de la autofoto demuestra que no solo se percibió como un autorretrato, sino también como una exposición superlativa de atención a uno mismo. Si se observa que casi toda la contribución visual anónima ha dado lugar a la misma reprobación paternalista, la controvertida autofoto proporciona la confirmación más indiscutible de la colonización de la esfera pública por la presencia visible y demasiado visible de Identidades, cuerpos y habitus intrusivos”. (Gunthert, 2015)

El autor llama imágenes conversacionales o compartidas, a este proceso interminable de producción y difusión de imágenes fotográficas como práctica de socialización posmoderna. En tanto que hábito social, la autofoto refiere a cierto exceso de autoreferencia o contemplación narcisista.

El fotógrafo y ensayista Joan Fontuberta analiza con detenimiento las posibilidades de la fotografía contemporánea. Sostiene que estamos en presencia de la “postfotografía”, caracterizada, entre otras cosas, por la profusión de las selfis. De hecho, llama “danza séléfica” a esta pulsión a la imagen de sí y a la difusión de dichas imágenes en medios como Instagram. Fontuberta entiende que se trata de una “miscelánea del yo”. Analiza en particular los reflectogramas, esas fotografías que los sujetos registran de su propio reflejo en un espejo e identifica diversas funciones culturales y comunicacionales: utilitarias, celebratorias, experimentales, introspectivas, seductoras, eróticas,

pornográficas y políticas. (2018: 83 a 113).

La exhibición parece ilimitada. El *instagramer* séléfico hace de su propio cuerpo, tema y medio de exposición y de expresión. Consume su propia imagen, se mira en el espejo, ensaya, registra y comparte su imagen en posiciones diferentes, con filtros diferentes. Podríamos llamar un espíritu “autópófago”, autocanibalismo visivo o narcisismo a secas que alimenta el *feed*¹³⁷ propio.

A la ecuación nodal del *game* tecnológico: hombre-teclado-pantalla, de la que está constituida la subjetividad contemporánea -al decir de Alessandro Baricco (2019)-, se sumaría un elemento más: hombre-teclado-pantalla-hombre.

El dispositivo selfi se despliega, en un marco de fluidez interminable y lánguida como lo describe Gilles Lipovetsky: “La combinación de movilidad e Internet ha creado un nuevo paradigma de ligereza, inscrito bajo el signo del nomadismo digital. El lugar de la ligereza positiva ya no es exclusivamente el campo estético, sino la hipermovilidad, el “mariposeo”, la fluidez de la navegación por las redes virtuales”. (2016: 136) Esta fluidez implica también la de los mensajes y fotos que desaparecen rápidamente. Las *stories* de Instagram son un caso evidente de este tipo de comunicación contemporánea. Imagen propia, sutil, efímera, autocomplaciente y reversible.

Apuntes sobre un corpus

A los fines de poner en juego algunas de las categorías aquí señaladas, se tomaron cinco perfiles de usuarios de Instagram que resultan ejemplificadores de ciertas constantes en el uso de la imagen selfi contemporánea.

Las imágenes del perfil de **Crn_oficial** (Figura 1), parecieran implicar una función utilitaria (Fontuberta, 2018) de un evidente sentido indicial. El collage de 963 fotografías de su *feed* aparece integrado por registros de los diversos lugares visitados por el sujeto y selfis en esos lugares. Este montaje configura una especie de “bio-atlas” del hombre de mundo, a la manera de una “Fotobiografía” (Sans, 2007). “Estuve allí, yo, mi cuerpo, mis amigos. El mundo, está a mis pies”, pareciera leerse de manera transversal. Las imágenes documentan y testimonian la presencia del sujeto en lugares remotos y diversos, populares y exclusivos.

El perfil de **fgfscenes** (Figura 2) su subjetividad a partir de sus composiciones. El sentido es también utilitario

¹³⁷ El término en inglés “*feed*” se traduce como “alimentar”, “alimento”. En el lenguaje de Internet se denominaba de esta manera a la información que se publicaba en una página o blog y podía ser transferida a otro sitio. En su uso cotidiano en Instagram es la información visual que “alimenta” el sitio del usuario y que se presenta ocupando la totalidad de la pantalla del *smartphone*.

136 El trabajo completo está disponible en : <http://selfcity.net/#intro>

porque se presenta al mundo como un sujeto con dominio del arte fotográfico. Utiliza su *feed* como galería iniciática y virtuosa. Las 46 imágenes publicadas están articuladas a partir de sus temas, composiciones, estilos. Sus imágenes son claramente competitivas, en el sentido de Lev Manovich. La única selfi es su imagen de perfil, una retrografía de la usuaria con cámara fotográfica.

En el perfil de **beyzamrc** (Figura 3), se observan 1690 publicaciones. En la gran mayoría el sujeto aparece en convencionales selfis individuales. Su rostro, su cuerpo, sus expresiones y poses remiten a la función seductora. Algunas son imágenes con la cámara frontal y otras son imágenes espejadas o retrografías.



Figura 1



Figura 2

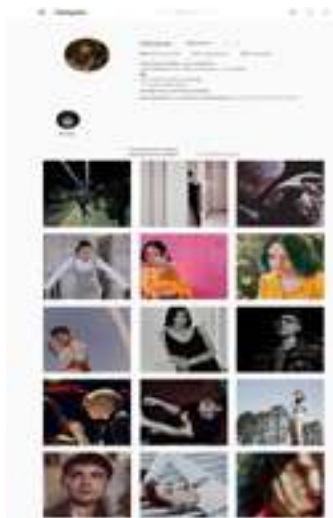


Figura 3

El segundo grupo de perfiles visitados se diferencian de los tres presentes en tanto que se trata de dos artistas plásticas cuyo trabajo circula en diversos medios, pero fuertemente en Instagram.

La cuenta de Lucía Rodríguez, **anemites**, (Figura 4) presenta 224 publicaciones. Se autodenomina como

“Fotógrafa autodidacta (Autorretratos)”

El *feed* funciona como galería o carrusel. Su obra se expone de manera prolija y cuidada, cada imagen es una selfi con un particular tratamiento visual, tanto en el maquillaje de la modelo fotógrafa como en el trabajo de posproducción. Hay procedimientos de estetización y trucaje muy marcados. (Barthes, 1986)

Por último, observamos la cuenta #stefdie que pertenece a la artista y modelo Stephanie Leigh Rose.¹³⁸ Tiene 47 publicaciones y 75.200 seguidores. En 2017 comenzó su proyecto que consiste en fotografiarse en lugares turísticos pero yaciendo en el piso, como si estuviera muerta. No se ve su rostro, es imposible que ella misma se la haya tomado, por lo tanto “no son selfis”. La serie surge, según la autora, como una forma de devolverle “el auténtico sentido que llevaba a hacer una fotografía”. El hecho de que el escenario de la imagen esté constituido por espacios ya visitados y fotografiados, reconfigura el valor indicial de “yo estuve allí”, pero de manera satírica o irónica.

La palabra *stefdie* está formada por la conjunción de el nombre propio “Stephanie” y el verbo “die” en inglés, “morir” en español.

Estos dos últimos casos, están dentro del grupo de las denominadas cuentas competitivas (Manovich, 2017) y en con clara función experimental (Fontcuberta, 2017) ya que evidencian una búsqueda estética importante o al menos marcada. En este universo se desenvuelve tanto la artista-performer-selfier anemites, como la fotógrafa performer *stefdie* y su búsqueda antiselfie.

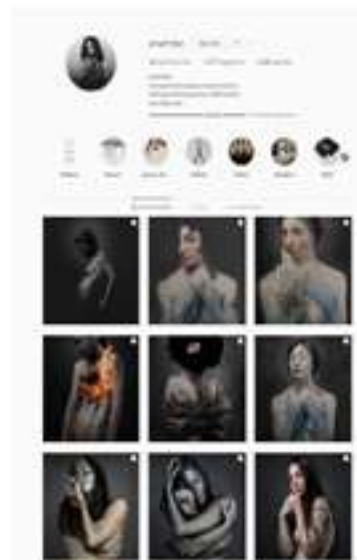


Figura 4

138 El proyecto completo de la artista se puede consultar en <https://www.stefdie.com/about/>



Figura 5

A la manera de una breve conclusión

La interfaz es hegemónica. La red homogeniza, funciona como lienzo accesible y democratizante. Un mismo ejercicio de visibilidad que redimensiona el narcisismo entendido como abuso de exposición. El propio cuerpo mirado, mostrado, se expone y se expresa, el rostro es el lenguaje de este tiempo. Es una visualidad que atraviesa el régimen de la mirada propuesto por la interfaz convencional y adquiere un estatuto mayor.

La autorrepresentación visual directa, o indirecta de una selfi así como la “anti-selfi” constituyen un gesto, provocador y disruptivo para con las moralinas del exceso y de la hiperabundancia del yo.

La primera persona, como ejercicio narrativo propio del ensayo pareciera presentarse aquí como despliegue autoral y gestual que emerge en un horizonte de hipermedialidad visiva que llegó para quedarse.

Bibliografía

- Baricco, Alessandro (2019) *The Game*. Buenos Aires: Anagrama.
- Barthes, Roland (1986) *Lo obvio y lo obtuso*. Madrid: Paidós.
- Bajtín, Mijail (2002) *Estética de la creación verbal*. Buenos Aires: Siglo XXI
- Deleuze, Gilles y Guattari, Félix (2001) *Rizoma*. México: Ediciones Coyoacán.
- Fontcuberta, Joan (2017) *La furia de las imágenes*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Gunthert, André (2015) “La consagración de la autofoto”. Revista *Estudios fotográficos*, 15/07/2017. Disponible en:

- <https://bit.ly/2IXWF2h> (Consultado 26/06/2019)
- Lipovetsky, Gilles (2016) *De la ligereza*. Barcelona: Anagrama.
- Manovich, Lev (2017) *Instagram and Contemporary Image*. Disponible en: <https://bit.ly/2xlGF3y> (Consultado: 25/06/2019)
- Manovich, Lev y Tifentale, Alice (2018) *Competitive Photographers and Presentation on the self* Disponible en: <https://bit.ly/2IWsGaP> (Consultado: 25/06/2019)
- Mejía Llano, Juan Carlos (2019) “Estadísticas en redes sociales 2019” Disponible en: <https://bit.ly/2E9wWku> (Consultado: 25/06/2019)
- Sans Ramón, Fina (2015) *La fotobiografía*. Madrid: Kairós.
- Scolari, Carlos (2018) *Las leyes de la Interfaz*. Madrid: Gedisa.

ESTRATEGIAS TELEVISIVAS EN TIEMPOS DE CONVERGENCIA

Magallanes, Sergio

FACSO - UNICEN/ magallanes.sergio.a@gmail.com

Palabras claves: hipertelevisión; transmedia; estrategias

Introducción

La televisión analógica, *broadcasting*, fue el medio de masas por excelencia del siglo pasado, constituyéndose como la experiencia comunicacional más impactante, en sus prístinos momentos emergió como un medio unidireccional muy alejada de la distribución y consumo que asumió en los tiempos de la actual convergencia mediática.

Su nacimiento estuvo orientado al servicio público en Europa, mientras que en el nuevo mundo, especialmente en Estados Unidos, su uso se vinculaba estrechamente a objetivos comerciales. A comienzos de la década de los 80 la televisión comenzó un proceso de cambio, en donde los grandes monopolios estatales como la BBC inglesa, la RAI italiana, etc., debieron compartir su espacio con las nuevas cadenas privadas. Como consecuencia la grilla de canales se extendió impactando en la economía, en

la segmentación de los televidentes y en las formas de consumo.

Las conductas en torno a la TV se hicieron presentes y excedieron al medio televisivo, metamorfosis definida por Umberto Eco como el paso de la paleotelevisión a la neotelevisión (Eco, 1983), conceptos que fueron y ampliados por Casetti y Odin (1991), otros autores emplean el término «metatelevisión» (Olson Scott, 1987, 1990; Carlón, 2005), también se ha denominado el concepto de «post-televisión» para referirse al mismo período (Missika, 2006; Imbert, 2007, 2008).

Casetti y Odin caracterizan a la paleotelevisión partiendo de una clara separación de géneros, edades y públicos, en donde los distintos programas funcionan con un contrato de comunicación específico, en donde la parrilla tiene un rol estructurador. En este momento evolutivo de la televisión las cadenas son públicas, la relación con “el espectador” no es de proximidad sino jerárquica, asumiendo que el medio tiene una función divulgativa y educativa (Casetti y Odin, 1990: 10-14).

El proceso evolutivo de la televisión continua y emergen nuevas formas de producción y consumo, para este período denominado “neotelevisión” la característica más clara está en la fuerza que adquiere el producto audiovisual, tanto que modifica la realidad; convierte el paisaje en escenario, como así también a las personas en actores/personajes (Eco, 1983). Es importante destacar también que comienzan a desaparecer paulatinamente temas considerados tabúes en el período anterior (sexo, dinero, política), por otro lado las funciones institucional, educativa y jerárquica desaparecen, las cuales son sustituidas por una actitud de proximidad y la interactividad, aunque estas son limitadas (Casetti y Odin, 1990: 19, 22).

Las narrativas de discurso de la neotelevisión se presentan como estructuras fragmentarias constituyendo tramas entrelazadas, conocidas como «insérts» generando en los “televidentes” una falsa sensación de interacción. Quizás esta intención de crear una participación real en la producción y distribución de los productos televisivos se constituyó como la base de su al próximo estadio evolutivo.

En los 90 el proceso de mutación se acelera, las profundas transformaciones superaron las dicotomía paleotelevisión/neotelevisión, vinculada a la extensión y evolución del ecosistema mediático, definido por Scolari con el término hipertelevisión para definir esta nueva fase de la evolución del medio (Scolari, 2006).

Bajo el contexto de la hipertelevisión, Internet sin duda ha sido la tecnología que influyó superlativamente en el estado evolutivo de la TV, generado nuevos mecanismos de producción de información, almacenamiento, acceso y consumo, como así también nuevas dinámicas entre

productores y consumidores; constituyéndose en un momento de transición y transformación en el modo de operar de los medios (Jenkins, 2008), entorno a estos cambios surge a mediados de 2004 el término Web 2.0, el cual se extendió y popularizó hasta convertirse en un meme tecno-social, hoy representado por aplicaciones como, Wikipedia, YouTube, Twitter, Facebook, Blogger, Instagram, etc..

En esta telaraña de herramientas/aplicaciones y cambios en usos y costumbres tecnosociales los consumidores de contenidos digitales adquieren una nueva dimensión, dejando atrás la pasividad ante los medios, constituyéndose como usuarios participativos en el proceso comunicativo, seleccionando los contenidos a consumir en cada momento, interviniendo en ellos, llegando incluso a convertirse, en algunos casos, en coautor de los mismos (Rodríguez & Molpeceres, 2013).

Los constantes cambios que se presentan en el ecosistema de medios ha generado una importante pérdida en la TV de espectadores jóvenes, que obliga a los operadores televisivos a adoptar estrategias que adapten el medio al entorno cultural convergente, la reflexión sobre esta realidad implica pensar sobre qué transformación debe afrontar la televisión para mantener su identidad en un momento de cambio en la “industria cultural” (Jenkins 2006, Fanthome 2008, Moe 2008, Tambini 2014).

Con el firme propósito de atraer a la audiencia y cambiar la relación que con ella, “la televisión”, han ido incorporando progresivamente técnicas propias de la comunicación transmedia, entendiendo este concepto desde la mirada de Henry Jenkins (2003) donde con el término Transmedia storytelling, se refiere al hecho de narrar una historia a través de distintas plataformas, de tal manera que la comprensión absoluta y el conocimiento profundo de la narración se obtienen cuando se recorren esas múltiples plataformas, soportes y canales.

Cuando damos abordaje a las aportaciones de la narrativa transmedia a la producción y difusión televisiva (Garambato, 2017; Rodríguez Fidalgo, Paíno Ambrosio y Jiménez Iglesias 2016) nos encontramos con coincidencias teóricas que afirmar que el soporte multiplataforma se configura como el nodo fundamental en una proyección exitosa en estructuras narrativas transmediales, afirmación que se sustenta sobre la idea que este tipo de soporte permitir no solo el desarrollo de diferentes contenidos en diversas plataformas sino también su independencia, adquiriendo en sí mismo sentido, en consecuencia, pueden ser “consumidos”, “usados” de forma autónoma. Se suma a esta característica la posibilidad que da la narrativa transmedia de participación de los usuarios de las diferentes plataformas, adoptando un rol activo en la expansión del relato estableciendo “un diálogo creativo” con el plot original. Estas características propias de la narrativa transmedia, obliga en cierta forma a las

productoras televisivas a replantear estrategias que le permitan mantener su identidad como señala Sjöberj (2013) sin dejar de evolucionar y mutar para no quedar *outside* a la cultura convergente.

En torno a este contexto, la actitud de los usuarios de la hipertelevisión está muy lejos de la pasividad que los caracterizaba como televidentes de la TV analógica¹³⁹; los usuarios de contenidos audiovisuales en contextos de convergencia se han convertido en productores de nuevos contenidos (Scolari, 2013).

La narrativa transmedia se plantea entonces como una estrategia comunicacional vinculada a la cultura de convergencia, la cual comprende un conjunto de relaciones intertextuales de órdenes no sólo semiótico narrativos, sino también antropológicos (Jenkins, 2006); en palabras de Henry Jenkins la narrativa transmedia es contar una historia a través de diversos medios, teniendo en cuenta que cada medio se vale de lo que mejor sabe hacer para expandir dicha historia (Scolari 2013). En cuanto a esta definición Scolari (2010b) en su texto “Narrativas transmediáticas, estrategias cross-media e hipertelevisión” plantea que la narrativa transmedia no sólo tiene como objetivo la expansión, sino que también se puede tener como objetivo la comprensión.

[...] muchos contenidos audiovisuales, más que expandir el relato, lo reducen a su mínima expresión o se presentan bajo la forma de nanorelatos: trailers, recapitulaciones (recaps), videos sincronizados (synchros), etc. Sin llegar a proponer nuevos personajes o historias, estos minitextos también aportan otras claves de lectura del mundo narrativo y, a su manera, comienzan a formar parte del universo transmediático. (Scolari, 2010b: 84).

En este contexto León y García (2002:9), apuntan que la televisión en su proceso de metamorfosis hacia una TV-interactiva debería beneficiarse y proponer estrategias que apunten a invertir en la producción de contenidos de “calidad”, innovar en torno a la interacción, en donde comience a promover una mutación de la TV hacia una propuesta audiovisual más personalizada, a la carta, y donde el usuario tenga un rol de co-creador de contenidos (User-generated Content –UGC-), expandiendo el mundo narrativo oficial, creando un proceso que implique interacción por parte del usuario, quien decide qué recorrido efectuar y hasta dónde profundizar.

Para poder dar cuenta del proceso evolutivo de la TV a la hipertelevisión analizaremos la producción transmedia “The walking dead”. En estos últimos diez años se ha generado una tendencia a las producciones de ficción con narrativa zombi, películas, videojuegos, series televisivas, aplicaciones para dispositivos móviles, libros, cómics, web-series y cuanto soporte conocemos hoy en día, están

hablando de zombis.

En este contexto es imposible no pensar en “*The walking dead*”, la serie de zombis más vista de la historia de la televisión por cable a través de la cadena AMC (*American Movie Classics*), emitida en todo el mundo por los 200 canales de entretenimiento que tiene la Fox Broadcasting Company en 122 países.

Teniendo en cuenta la definición de narrativa transmedia propuesta por Carlos Scolari y Henry Jenkins analizaremos la narrativa de *The Walking Dead*, en la misma tomaremos tanto las expansiones como las comprensiones en sus 13 años “de vida”, partiendo desde su punto seminal en el año 2003 con el lanzamiento del cómic, expandiéndose en años sucesivos en la serie televisiva, los webisodios, videojuegos, hasta llegar a la historia paralela *Fear the Walking Dead* en el año 2016.

El punto origen de la narrativa *The Walking Dead*, cuya traducción al español es *Los muertos andantes*, es un cómic estadounidense¹⁴⁰, publicado en el año 2003 por Image Comic, escrito por Robert Kirkman, dibujada por Tony Moore quien fue reemplazado por Charlie Adlard en su edición número 7; una de sus tantas particularidades es que desde sus orígenes, con la edición N°1, hasta la actualidad, con su edición n° 164, fue editado en blanco y negro excepto las portadas.

La historia se centra en el personaje Rick Grimes, un sheriff de *Georgia* quien resulta herido durante un tiroteo y termina inconsciente en un hospital, cuando despierta a su alrededor solo se encuentra con caníbales semi muertos con un deseo incontrolable de devorar a todo ser vivo a su alcance. Sin comprender qué ha sucedido comienza la búsqueda de su familia. Atravesando varias situaciones llega hasta Atlanta en donde encuentra a un grupo de sobrevivientes, entre ellos su esposa e hijo. Con el correr del tiempo Rick asume el papel de líder de un pequeño grupo, pasando más tarde a liderar a toda una comunidad.

El 31 de octubre de 2010 la cadena AMC estrenó la serie televisiva *The Walking Dead* producida por Frank Darabont. Ante la buena recepción, la cadena decidió renovar la serie para una segunda temporada que se estrenó el 16 de octubre de 2011; a partir de ese momento la serie se convirtió en un éxito, los televidentes de alguna forma comienzan a exigir la continuidad de la serie. Hasta la fecha se han realizado ocho temporadas en años consecutivos.

Si bien está basada en el cómic homónimo de Robert Kirkman no representa con exactitud los personajes, sus características físicas, sociales, etc.; incluso se han agregado personajes, como el caso de Daryl Dixon, un rastreador y survivalista experto, el cual terminó

139 Utilizamos esta categoría para agrupar a las categorías propuestas con Eco 1983.

140 Enlace al cómic: [http://es.thewalkingdead.wikia.com/wiki/The_Walking_Dead_\(c%C3%B3mic\)](http://es.thewalkingdead.wikia.com/wiki/The_Walking_Dead_(c%C3%B3mic))

convirtiéndose en una parte vital del grupo y demostró ser un valioso aliado para el personaje principal Rick Grimes; pero fue rechazado por Robert Kirkman quien hasta hoy no lo incluyó en el cómic.

Por otro lado también existen diferencias en cuanto a situaciones conflictivas, hasta la fecha Rick no aparece en la serie con una de sus manos amputadas por Negan un líder de un bando contrario, mientras que en el cómic en uno de los primeros enfrentamientos con Negan, éste amputa una de sus manos.

Si bien aparecen las características nucleares de la historia contada en el cómic, presentando un mundo que no tiene reglas, con zombies acechando continuamente, en donde los sobrevivientes se dan cuenta que los vivos pueden ser más peligrosos que los caminantes, la miseria humana emerge, el instinto animal y salvaje que llevan dentro, muchas veces termina subyugando los preceptos morales. No es una condición sin equanón comenzar el relato por el cómic, incluso como ya dijimos existen personajes y situaciones muy distantes uno del otro, aunque pertenezcan a la misma galaxia narrativa en términos de Scolari (Scolari, 2010b); quizás la mayoría de los que están viendo la serie no hayan terminado de leer la saga del cómic, y muchos quizás no sepan de su existencia pero hoy son fan de la serie *The Walking Dead*.

Cuando en octubre del 2013 se estrenó la cuarta temporada de la serie televisiva *The Walking Dead*, la cadena Fox unos días antes adelantaba los “webisodios¹⁴¹”, la saga *The Oath*¹⁴² (El juramento) está compuesta por tres webisodios, producida, escrita y dirigida por Gregory Nicotero¹⁴³, la cual nos da una visión e historia de *The Walking Dead* en otra línea de tiempo.

Como se puede notar *The Oath*, es una producción diferente, pudiendo ser vista sin la necesidad de tener un conocimiento vinculado a la narrativa del cómic o la televisiva; pero sin duda pertenece al universo narrativo de *The Walking Dead*.

Los videojuegos son sin duda una de los *pots* de la narrativa transmedia de esta serie de gran difusión, la saga de videojuegos *The Walking Dead* fue creada por Telltale Games y actualmente cuenta con un total de 32 entregas diferentes que suman 107 versiones para las diferentes

plataformas tanto para celulares y tablet con sistemas operativos Android y Iphone; como así también para consolas de videojuegos Playstation, Xbox, Nintendo y obviamente para PC. Quizás el juego más conocido es *The Walking Dead: Season One*, ganador en el 2012 de varios premios a Juego del Año.

The Walking Dead: Season One es un juego de aventura gráfica de tipo *point and click*, plataforma sobre la cual se toman decisiones, de esa forma el personaje elegido para recorrer la aventura “creará sentimientos” hacia los otros personajes a través de diferentes conversaciones durante la historia, generando cambios profundos en la historia.

Es importante tener presente que para ninguno de estos videojuegos el *gamer* debe conocer/saber de qué trata el cómic, la serie televisiva o los webisodios de *The Walking Dead* para disfrutar de estos videojuegos.

En agosto del 2015 se lanza *Fear the Walking Dead*, que en un principio se pensó que era un *Spin-off* de *The Walking Dead*, pero a medida que transcurría la historia se pudo entender que en realidad es una narrativa paralela; Dave Erickson el *showrunner* de esta serie, prefiere describirla como una “pieza complementaria” que abarca el periodo en que Rick Grimes estuvo en coma en *The Walking Dead*.

Fear the Walking Dead ya lleva tres temporadas consecutivas, en donde se narra una travesía que documenta el apocalipsis, dramatizando la desintegración de la sociedad, en ella los personajes principales pertenecen a una familia tan disfuncional como unida.

Como puede observarse *Fear The Walking Dead* es una pieza dentro de la estructura narrativa de *The Walking Dead* pero que se proyecta en forma independiente incluso no guarda ninguna relación con su origen seminal del cómic de 2003.

Conclusión

Entendemos que las piezas analizadas como parte de “la galaxia *The Walking Dead*” manifiestan una clara relación con la definición de Carlos Scolari de Narrativa Transmedia, citada en la introducción de este trabajo, en donde manifiesta que este tipo de narración está sujeta a una historia que se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, alejándose de la mera adaptación de un libro a una película.

La definición que brinda el autor da cuenta de la extensión o diversificación del relato en diversos medios y plataformas, en el que cada medio hace lo que mejor sabe hacer y a la vez da lugar a los usuarios, que son los grandes protagonistas en estas nuevas formas de narrar. En los contextos de convergencia el fenómeno masivo de la participación de los nuevos destinatarios determina una serie de estrategias aún no definidas en forma final

141 término que hace referencia al episodio de una serie que se emite sólo online, la cual puede tratarse de una creación exclusiva para Internet, o de episodios como complemento a los que se emiten en televisión

142 Link a la saga *The Oath*: <http://www.carlost.net/the-walking-dead-the-oath-webisodios-subtitulados-online/>.

143 Especialista en efectos especiales, productor, actor y director de televisión. Su primer trabajo reconocido como maquillador de efectos especiales fue junto al director George A. Romero en la película *Day of the Dead* (1985). Actualmente se desempeña como co-productor ejecutivo, supervisor de efectos especiales y director en el canal AMC.

dentro del ámbito de la televisión interactiva, entendiéndose que las nuevas interfaces de los medios de comunicación otorgan una participación sobre la narración el cual alimenta y retroalimenta la programación de nuevos formatos que remiten a lo televisivo, las productoras de contenidos televisivos deben replantear sus productos.

Ya no es novedad que la relación entre el medio televisivo e Internet se hace cada vez más importante y de cuya vinculación emergen géneros híbridos, Como telespectadores en transición a usuarios descubrimos en la pantalla de nuestro aparato de TV televisión sugerentes invitaciones por parte de las cadenas televisivas para que nos dirijamos a su sitio web en busca de extensiones de sus propuestas audiovisuales, estructuras informáticas que nos proponen interacción, buscar más información, ver de nuevo el capítulo de una serie, resúmenes de debates, aplicaciones para nuestro smartphone, incluso para hacernos con un premio a través de nuestra participación en determinado concurso, etc, etc, las estrategias que en forma continua están proponiendo las cadenas televisivas se sostienen con las innovaciones tecnológicas vinculadas a la comunicación digital, sumado a esto, la fidelización y la sinergia que provocan las redes sociales digitales a nivel comunicacional y participativo en conjunción con el universo transmediático que propone la convergencia en la actual ecología de medios, lo cual se configura como las claves para pensar la estrategias actuales de las cadenas televisivas con el objetivo de mantener o, mejor aún, ganar audiencia y conseguir una imagen de modernidad y adaptabilidad a la convergencia mediática actual.

Bibliografía

Fanthome, Ch., (2008): "What do young people want from today's BBC? Initial observations from outreach work carried out by the BBC's Regional Audience Council for London", *Young Consumers*, Vol. 9 Iss. 4, pp. 254-264 doi.org/10.1108/17473610810920470.

Garambato, R. R. y Andreevich Medvede, S., (2017): "Transmedia Storytelling Impact on Government Policy Change", Ibrahim, Y. (ed.) *Politics, Protest, and Empowerment in Digital Spaces*, IGI Global Books, Hershey, Pennsylvania. DOI: 10.4018/978-1-5225-1862-4.ch003, pp. 31-51.

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona. Paidós Comunicación.

Jenkins, H., (2006): *Fans, Bloggers and Gamers. Exploring participatory culture*. New York. University Press. New York.

Moe, H., (2008): "Public Service Media Online? Regulating Public Broadcasters' Internet Services. A

Comparative Analysis", *Television & New Media*, 9, pp.220-238

Rodríguez Fidalgo, M. I., Paíno Ambrosio, A., Jiménez Iglesias, L. (2016): "El soporte multiplataforma como clave de éxito de la Narración Transmedia. Estudio de caso del webdoc 'Las Sinsombrero'" *Icono14*, vol.14, 2, pp.304-318. DOI: ri14.v14i2.967

Rodríguez, M. y Molpeceres, S. (2013). Los nuevos documentales multimedia interactivos: construcción discursiva de la realidad orientada al receptor activo. *Historia y Comunicación Social*, 18. doi: 10.5209/rev_HICS.2013.v18.44325

Scolari, C. (2006) Carlos Scolari, "La estética Posthipertextual", *Universitat de Vic*. Barcelona. Disponible en http://www.uvic.cat/fec/_fitxers/archivos_scolari/Scolari_Hiperliteratura2006.pdf.

Scolari, C. (2010b). Narrativa transmediática, estrategias cross-media e hipertelevisión. En Scolari, C., Piscitelli, A., & Maguregui, C. (eds.) *Lostología. Estrategias para entrar y salir de la isla* (pp. 69-100). Buenos Aires: Cinema.

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto, S.L.U

Sjöberg, U. y Rydin I., (2013): *Transmedia storytelling and the young audience. Public Service in the Blogosphere Era*. OLSON, T. (ed.), *Producing the Internet. Critical Perspectives of Social Media*. Nordicom, Göteborg, pp. 103-120

Tambini, D., (2014): *Public Media and Digitization: Seven Theses*, Dragomir, M. y Thompson, M. (eds), *Mapping Digital Media: Global Findings*, Open Society Foundations, New York/London, pp.75-106

Toffler, A. (1980). *The Third wave*, Canadá: Bantan books.

SMARTPHONE KILLED THE BROADCASTING STAR?

Albarello, Francisco

UA - UNSAM USAL /falbarello@austral.edu.ar

El consumo de noticias que tiene lugar en ecosistema actual de medios supone un enorme desafío para las empresas informativas, debido a la alta fragmentación de las audiencias y la multiplicación de los medios, plataformas y canales de consumo. La ecología de los medios (McLuhan, 1964, Postman, 1992 y Ong, 1994), la cultura de la convergencia (Jenkins, 2008) y las narrativas transmedia (Scolari, 2013) permiten conceptualizar este panorama de perpetua transformación que asume la producción, la circulación y el consumo de noticias. Si bien acceden a ellas en diversos momentos del día, los usuarios, particularmente los jóvenes, ponen en juego complejos repertorios (Taneja *et al*, 2012) de estrategias de lectura, en la cuales hacen dialogar diversos medios y plataformas, de acuerdo con el momento del día, la finalidad que persiguen y la función que cumplen las noticias que consumen. Y en todos estos casos, el dispositivo principal por el cual se accede a las noticias es el smartphone. En este contexto, ¿qué sucede con los medios broadcasting tales como los diarios impresos, la radio y la TV? A partir de un estudio exploratorio y de tipo cualitativo con sede en la Universidad Austral y llevado a cabo con un grupo de jóvenes universitarios del Aglomerado Gran Buenos Aires (AGBA), en el cual se indagó a través de entrevistas en profundidad acerca de sus rutinas informativas, procuramos describir las transformaciones que ha sufrido el modo de informarse en la actualidad. Siendo el smartphone el medio hegemónico, el consumo de noticias en el diario impreso es marginal, limitado a los fines de semana y compartido con los demás miembros del grupo familiar; el uso de la radio tiene lugar en los desplazamientos en automóvil, y la TV principalmente es consumida por la noche, con programas más ligados al espectáculo que a la información. Estos resultados permiten describir un ecosistema de medios en el cual los jóvenes no sustituyen unos medios por otros, sino que los suman y los complementan de acuerdo con sus rutinas informativas, y desempeñan una serie de estrategias de “lectura transmedia” (Albarello, 2019) en la que prevalece la conveniencia, la rapidez y la ubicuidad en el acceso a las noticias.

Bibliografía

- Albarello, F. (2019). *Lectura transmedia: leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Buenos Aires: Ampersnd.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McLuhan, M. (1994). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Ong, W. (1994). *Oralidad y escritura. Tecnología de la palabra*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Postman, N. (1992) *Technopoly. The Surrender of Culture to Technology*. New York: Vintage Books.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Taneja, H, Webster, J y Malthouse, E. y Ksiazek, T. (2012). Media consumption across platforms: Identifying user defined repertoires, *New Media & Society*, 14(6) 951 –968. DOI: 10.1177/1461444811436146.

NUEVAS NARRATIVAS EN EL AUDIOVISUAL INTERACTIVO

Galasso, Cecilia

UNVM / ceciliagalasso@hotmail.com

Lepori, Esteba

UNVM/ tebilepori@gmail.com

Valinotti, Lucrecia

UNVM/ lucreciavalinotti@gmail.com

Palabras claves: régimen escópico; usuario; interfaz; experiencia; poéticas emergentes

Esta ponencia gira en torno al tema de las nuevas narrativas en el audiovisual interactivo e intenta sintetizar un trabajo analítico que se está llevando a cabo en el marco de un trabajo de investigación anclado en los Estudios Visuales y Mediales.

Las producciones audiovisuales de carácter interactivo no sólo proponen una nueva forma de contar, sino que involucran una nueva configuración, mediante una interfaz de interacción, que apela tanto al usuario-productor como a las modalidades de la expectación.

De esta manera se articulan de forma diferenciada, los modos de ser y de hacer- hacer propias de la reciprocidad vincular, situadas en el espacio del relato y su circulación.

A partir del análisis de la película “Black Mirror: Bandersnatch” (2018, David Slade), se pretende problematizar la manera en la cual el audiovisual interactivo modela –y es modelado- por las nuevas narrativas de carácter interactivo.

Los objetivos que aquí se plantean apuntan a identificar el funcionamiento de las interfaces que conectan al realizador con el espectador; describir el rol de este último y analizar la experiencia de usuario en relación a las narrativas emergentes.

Interactividad y nuevas narrativas

Desde hace tiempo, y cada vez con mayor rapidez, el desarrollo tecnológico produce importantes transformaciones en el ámbito de las prácticas culturales. La producción audiovisual no es ajena a este proceso, particularmente en el empleo de nuevas tecnologías en favor de formas narrativas que se diferencian ampliamente de las empleadas en el relato clásico.

En 1983, el filósofo francés Gilles Lipovetsky alertaba sobre el surgimiento de un nuevo tipo de sociedad a la que denominó “posmodernidad”. Esta se caracterizaba por el debilitamiento de las costumbres, la aparición del consumo de masas, un creciente individualismo señalado por la personalización, en donde el individuo estaría envuelto en información y estímulos de necesidades. Estos comportamientos conducirían, entre otras cosas, al apogeo del individualismo.

Repensar a Lipovetsky nos permite reflexionar sobre la relación del sujeto con las nuevas tecnologías en permanente desarrollo: lo digital irrumpe en la vida cotidiana permitiendo la configuración de nuevas relaciones con el mundo, con lo social y con uno mismo.

Desde la velocidad de Internet y su acceso hogareño hasta la masificación de plataformas de video online y equipamientos de registro de video cada vez más parecidos al ojo humano, el audiovisual ha experimentado cambios que fomentaron cada vez más una experiencia diferencial sobre el espectador, distinguiéndose del clásico “receptor” que nada tenía que hacer más que comprender el texto. En este marco, lo interactivo surgió como una tendencia de época que pone foco en el espectador.

Federica Pelzel Rodríguez (2009) expone que “El cine interactivo es un tipo de narración audiovisual que, mediante estructuras de hipertexto, permite la interacción con el público, ya sea éste individual o colectivo, quien podrá influir sobre el contenido y el desarrollo del relato.

Sin embargo este tipo de narración no ha tenido éxito en el pasado en proyecciones dentro de salas de cine”. (p. 68).

A partir de la rápida popularización de Internet, el cine interactivo encontró un nuevo medio para ser distribuido y más accesible. Los nuevos medios y el acostumbamiento por parte de los usuarios a tener relación con interfaces gráficas de usuario, hacen que actualmente casi cualquiera esté preparado para interactuar con una película sin sentirse confundido o abrumado.

Para trabajar sobre dichas características, resultan de interés los aportes de Carlos Scolari (2019) sobre la interpretación del concepto de interfaz. Propone extender su uso más allá de lo tecnológico digital, definiéndolo como una red de actores humanos y tecnológicos que interactúan y mantienen diferentes tipos de relaciones entre sí. Es así que desde este concepto pueden analizarse procesos políticos, sociales y culturales, entre los cuales podemos situar las narrativas audiovisuales contemporáneas.

En su escrito “Narración inmersiva y periodismo: hacia una semiótica de las emociones”, Marcela Farré (2018) describe la emergencia de las narrativas inmersivas (afines al audiovisual interactivo dado su origen en los avances tecnológicos). Sostiene que el modo de construcción discursiva está signado por las posibilidades tecnológicas pero también por un cambio cultural promovido por la convergencia: tanto la televisión como la cultura se influyen de manera recíproca.

Desde este punto de vista, la interactividad está marcada por un cambio en las estructuras narrativas clásicas, en las cuales el narrador dominaba el relato y predecía el acceso al mundo posible narrado. El audiovisual interactivo promueve una activa participación del espectador, generando una conexión directa con lo que está viendo: el mundo posible se multiplica y la tecnología asume un rol de enunciador, hasta el punto de requerir acciones físicas para hacer avanzar un relato o focalizarlo de otra manera. El rol de usuario le permite modificar la realidad narrada, es él frente a un dispositivo tecnológico y con un mando a distancia. Esta vivencia es clave para entender el cine interactivo: el protagonista del relato ya no será solo el actor, el espectador que está frente al dispositivo ganará cierto empoderamiento por el solo hecho de decidir, y con cada decisión, beneficiar o perjudicar a un personaje. La experiencia del usuario o *User experience*, entonces, hace referencia al conjunto de experiencias que resultan de la interacción entre el usuario y un entorno discursivo mediado por un dispositivo. Esta depende no sólo de factores como el diseño de la interfaz, calidad de contenido o accesibilidad, sino también de aspectos relativos a las emociones, sentimientos y construcción de imágenes resultantes.

Es decir, se ponen en juego experiencias y lazos emocionales y afectivos que sumergen al espectador en la historia. Está en ese mundo, lo siente, tiene la sensación de conocerlo y hasta coopera con él. Surge así una nueva experiencia del sujeto construida a partir de un vínculo tecnológico.

Así, la interfaz se convierte en un elemento narrativo dentro de las nuevas poéticas digitales. Se transforma en un recurso donde la participación del sujeto es clave, no sólo para la co - construcción del relato sino también para su propia experiencia emocional: está involucrado y empoderado porque ahora toma decisiones.

Acerca de Black Mirror: Bandersnatch

“Black Mirror: Bandersnatch”, es una película británica de drama y ciencia ficción basada en la serie “Black Mirror”. Situada en los años 80, precisamente en 1984, narra la historia de un joven que sueña con diseñar un videojuego a partir de una novela fantástica que lleva este nombre y en donde el lector debe elegir su propia aventura.

El estudio se llevó a cabo en dos instancias. La primera, se centró en la identificación y funcionalidad de las principales interfaces que el diseñador ofrece al usuario para poder interactuar.

La siguiente instancia, centró su análisis en la manera en que el espectador interfiere en el avance del relato; la implicancia de la experiencia de usuario en la narrativa y en el “modo de ver”.

La **interfaz de usuario** se percibe como un recurso novedoso para la plataforma y que coloca al espectador en un rol más activo. Pero, la diagramación del relato interactivo nos organiza los caminos de la historia para transitar por aquellos que el director diseñó: aunque elijamos ciertas opciones en una escena, en algún momento se retoma a ella y estamos “obligados” (para no repetir lo que ya vimos) a elegir la opción antes descartada. De esta manera, el espectador acepta el juego de ser el último decisor, pero finalmente la libertad que se le adjudica no es tal.

Respecto a la **modalidad de expectación**, supone una permanente conciencia del artefacto al requerir reiteradamente que el espectador tome el aparato tecnológico (pad, control remoto, etc) para poder elegir las opciones. El relato empodera al espectador pero a la vez lo aleja, lo distrae al decidir qué opción seguir y al dudar de lo descartado. Además, el efecto sorpresa que suele ofrecer el relato clásico se ve debilitado ya que el nombre de la opción a elegir por lo general adelanta de alguna manera los hechos a desarrollarse. Respecto al **tiempo**, se puede hablar de tiempo alterado, la duración depende de cada experiencia: tiene una duración de entre 45 y 120 minutos de duración, dependiendo de las

combinaciones posibles.

Analizar este filme profundiza las concepciones expuestas en los antecedentes en términos de nuevas experiencias sensoriales a través del vínculo tecnológico entre el espectador y la interfaz.

Reflexiones

A modo de conclusión, o mejor, de apertura, resulta importante remarcar que las nuevas tecnologías y los usos que de ella se hacen permiten ampliar el universo narrativo. La interactividad se ha instalado como una alternativa para los realizadores audiovisuales en las maneras de “contar” historias. Además de implicar un hecho transgresor dentro de la industria, genera una experiencia participativa y sensorial como nunca antes: la posibilidad de que la audiencia se sienta narradora modifica la conducta de consumo. De esta manera, el audiovisual se reconstruye en los medios digitales al apropiarse de las nuevas herramientas y con la participación de los usuarios.

Por lo expuesto, se considera que este corpus puede seguir ampliándose en pos de profundizar en la reflexión de **nuevas narrativas interactivas y modalidades de expectación**.

Bibliografía

- Farré, M. (2018). “Narración inmersiva y periodismo: hacia una semiótica de las emociones”, Congreso Internacional de Narrativas Audiovisuales. Disponible en Academia: <https://bit.ly/382MtzR>
- Lipovetsky, G. (1983). *La era del vacío*. España: Anagrama.
- Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- Pelzel Rodríguez, F. (2009). *La evolución del cine hacia un nuevo medio de comunicación* (proyecto de graduación). Buenos Aires: Editorial de la Universidad de Palermo.
- Scolari, C. (2004). *Hacer Clic*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz*. Barcelona: Gedisa.

COMUNICACIÓN, INNOVACIÓN Y GESTIÓN. PROYECTO DE INTERVENCIÓN CON USO DE SOFTWARE LIBRE PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN EL IPEM N° 103 ESTEBAN ECHEVERRÍA

Schiavi, María Belén

FCC - UNC / belenschivi@gmail.com

Grasso, Mauricio

FCC - UNC / UNVM / maurygrasso@gmail.com

Palabras claves: educomunicación; sistema de gestión; educación media; aplicación web; aplicación móvil

Presentación

Luego de 10 años de experiencia en el trabajo docente y de reconocer problemáticas burocrático-administrativas y comunicacionales que presentan las instituciones escolares en general, y el Instituto Provincial de Enseñanza Media n° 103 – Esteban Echeverría (IPEM 103 en adelante) en particular, advertimos que los inconvenientes institucionales radican en la utilización de canales de comunicación erróneos; en prácticas comunicacionales inconexas, fragmentadas y sin continuidad.

En simultáneo se advierte una brecha importante entre jóvenes y adultos, sobre el uso y apropiación de la tecnología y sus códigos. Sin embargo, observamos la presencia en toda la comunidad educativa de dispositivos informáticos similares. Es por esto que por medio del diseño e implementación de una aplicación web y su correspondiente versión móvil pretendemos intervenir en la comunicación institucional del IPEM 103; una escuela provincial, pública, de nivel medio situada Barrio San Martín, en la ciudad de Córdoba, para una mejora sustancial en la gestión educativa de la institución, que sirva de modelo para otras instituciones similares en un momento donde las TIC funcionan como vínculo entre los diferentes actores sociales (y educativos).

De allí es que a partir de la pregunta inicial: ¿Puede contribuir a la comunicación institucional del IPEM 103 la implementación de un sistema de gestión mediado, digital, colaborativo y accesible a toda la comunidad educativa? Es que en principio nos proponíamos como:

Objetivo General:

- Contribuir con la comunicación institucional de las escuelas medias, pública de la provincia de Córdoba mediante el diseño de una estrategia de comunicación que implique la implementación de un sistema de gestión mediado, digital, colaborativo y accesible a toda la comunidad educativa

Y los siguientes Objetivos Específicos

- Identificar los problemas de comunicación y de gestión administrativa frecuentes, mediante un diagnóstico y planificar la estrategia de comunicación
- Reconocer las prácticas comunicacionales de los integrantes de la comunidad educativa del IPEM 103
- Analizar los alcances y representaciones de los diferentes actores sociales sobre las prácticas comunicacionales para diseñar el sistema de gestión
- Diseñar para el al IPEM 103 un sistema de gestión compuesto por una aplicación web y móvil a la que todos los integrantes de la comunidad educativa tengan acceso.

Antecedentes

Las Tecnologías de Información y Comunicación están presentes en la escuela pública. Son una realidad al tiempo que un sinfín de posibilidades. Así lo presenta Ines Dussel: “el programa Conectar Igualdad significó un esfuerzo muy grande y con buenas perspectivas de acercar a la escuela a la cultura digital” (2010; p. 83) y no recargó en la institución escolar esa responsabilidad. Y añadió que es necesario aceptar la presencia de los dispositivos móviles con los que el sistema perdió la lucha a favor de los celulares.

El Banco Interamericano de Desarrollo publicó un informe (2016) donde señala que la tecnología juega un rol democratizador en lo que se refiere al acceso a recursos distanciados de los estudiantes por cuestiones económicas (Rivas, 2016).

El programa Aprender Conectados; política integral de innovación educativa y tecnológica aprobada por Decreto N° 386/2018 con el objetivo de mejorar las propuestas de Conectar Igualdad y Escuelas del Futuro (2017) incorpora a la educación digital la programación y la robótica manteniendo los pilares fundamentales: la infraestructura y el equipamiento tecnológico, la conectividad en las escuelas, el contenido pedagógico específico y la formación docente.

En 2016, el Operativo Aprender encuestó a docentes y estudiantes sobre acceso y uso de TIC: El 94% de los docentes cuenta con computadoras en sus hogares. 4

de cada 10 docentes fueron destinatarios de netbooks del estado. El 83% de estos también cuentan con otras computadoras en sus hogares. El 88,3% de los docentes cuentan con acceso a Internet en el hogar.

El 87% de los alumnos del secundario tienen computadoras en sus hogares. 2 de cada 3 estudiantes tienen conexión a internet en sus casas. (Tófaló, 2016)

La presencia tecnológica irrumpe en la educación a partir del concepto de aprendizaje ubicuo. Cope y Kalantzis (2009) señalan que la ubicuidad apunta a la presencia en la vida cotidiana de los dispositivos informáticos (computadoras de escritorio, notebooks, netbooks, smartphones) que son parte de nuestro aprendizaje, trabajo y vida social. Aquello que la computación ubicua hace más fácil, no necesariamente es más nuevo pero al tenerlo a mano “lo convierte en algo que merece más la pena intentar que en el pasado [...] porque la tecnología nos invita a hacer las cosas mejor.” (2009; p. 05).

Sobre el concepto de Aprendizaje colaborativo, Cristóbal Cobo, lo resume así: “la persona más inteligente en la sala de clases es la sala de clases, donde hay posibilidades de que todos puedan transferir conocimiento”. Lo valioso de la tecnología es el espacio de construcción de saberes con otros. También se refiere a la creatividad (que surge en la escasez, en los límites, en la dificultad, en las problemáticas, en los desafíos) y advierte que sus resultados no necesariamente los vamos a ver en el aula: “los usos más interesantes y donde hay más desarrollo de habilidades digitales es el hogar”. Y por este motivo, la implementación de tecnologías en la educación también va a ocurrir en otras instancias de formación (no formal) y la escuela deberá construir puentes con estas. (2018)

Estrategias metodológicas

El proyecto de intervención demandó tres etapas de trabajo con diferentes herramientas metodológicas.

1- Diagnóstico. Se utilizó la observación participante a través del análisis documental y del relevamiento de los canales de comunicación para describir el contexto del IPEM 103, conocer la comunidad educativa y los procedimientos burocráticos administrativos.

2- Planificación y diseño de los componentes del sistema de gestión. Se realizaron entrevistas en profundidad a informantes claves, entrevistas semiestructuradas y encuestas con respecto al uso de aplicaciones digitales.

Concluimos, que en una amplia mayoría los integrantes de la comunidad educativa del IPEM 103 cuenta con las herramientas tecnológicas, el conocimiento y la familiarización de las mismas como para interpretar y utilizar correctamente una aplicación web y su correspondiente versión móvil donde puedan enviar y

recibir información, documentación y datos, realizar trámites administrativos y desarrollar tareas académicas. 3- Monitoreo y evaluación. Para esto se realizó un grupo focal con el fin de evaluar con los futuros usuarios las tareas del sistema de gestión proyectado. Fue un ejercicio de participación democrática donde actores escolares ocuparon lugares de simetría

Sistema de gestión

El sistema de gestión que proyectamos pretende dotar de una aplicación web y su correspondiente versión móvil una escuela, el IPEM 103. El impacto que se espera generar en cuanto a la gestión institucional es agilizar las tareas obligatorias relacionadas con la cargas de calificaciones, implementar un canal de comunicación directo y cotidiano entre los diferentes actores de la comunidad educativa; entre la escuela y los padres (o adultos responsables de los estudiantes), entre directivos y docentes, entre docentes y alumnos, entre cada uno de los grupos. Así, de esta manera, conformar una comunidad de aprendizaje en torno a la escuela y facilitada por esta herramienta y estrategia de comunicación institucional.

Perfiles disponibles	Módulos de trabajo
Estudiantes	Académico Docente
Docentes	Trabajo Docente
Directivos	Administrativo Docente
Coordinador	Administrativo estudiantes
Secretaría	Académico estudiantes
Preceptores	Grupos de Intercambio
Coordinador CAJ	CAJ
Padres	Coordinación
Talleristas	Biblioteca
Bibliotecarios	Estadísticas

Los perfiles de los usuarios serán determinados por cada uno al iniciar sesión luego de descargar la App en el celular o de ingresar por primera vez desde una computadora y registrarse en el sitio. Esto deberá ser validado por un administrador, que constate los datos del nuevo usuario para autorizar el acceso.

Los usuarios de cada perfil accederán a diferentes módulos y tendrán disponible en cada uno determinadas tareas.

Consideraciones finales

Luego de involucrarnos con el trabajo y relacionarnos con los sujetos que habitan la institución en sus diferentes roles, pensar espacios para mejorar lo cotidiano se vuelve un ejercicio diario.

Lo importante de este proyecto fue haber propiciado diferentes espacios de diálogo donde docentes, directivos, estudiantes y padres tuvimos la posibilidad de reflexionar sobre nuestras prácticas comunicativas, académicas y administrativas, pensar las de nuestros pares y proponer líneas de acción para superar los inconvenientes colectivamente.

Al reflexionar sobre lo que hacemos a diario en la escuela y advertir que muchas actividades cotidianas fuera de la institución fueron encontrando en la tecnología una manera más amigable y eficiente de llevarse a cabo, pudimos comprender un sistema de gestión se traduciría en una mejora para los procesos comunicativos, administrativos y de enseñanza-aprendizaje.

De esta manera surge la posibilidad de crear para el IPEM 103 un Sistema de Gestión para garantizar el acceso de todos los integrantes de la comunidad educativa. Será seguro, se podrá ir ajustando a necesidades futuras para mantenerse vigente y no caer en la obsolencia de los procesos con los que hoy nos toca lidiar en la escuela.

Es nuestra intención dejar latente la posibilidad de ampliarlo en varias direcciones. Este es nuestro aporte, un testimonio del compromiso con la institución y con la comunicación pensado desde una perspectiva integral y actual que propicie la construcción colectiva entre los diferentes actores como un valor a jerarquizar y desde el cual seguir aprendiendo.

Bibliografía

Álvarez, M., Echaverría, B., M. Á. M., & Rodríguez Espinar, S.(Coord). (1993). Teoría y práctica de la Orientación Educativa. Barcelona: PPU.

Avejera, P. (1988). Políticas institucionales de Comunicación Educativa. Córdoba: Mimeo.

Bacher, S. (2016). Navegar entre culturas. Buenos Aires: Paidós.

Bombarolo, F. y Pauselli, E. (2007). Programas Sociales. Construcción de Equidad y Paradigma de la Investigación Social. Centro de documentación en políticas sociales.

Burbules, N. C. (2014). Los significados de “aprendizaje ubicuo”. Archivos Analíticos de Políticas Educativas, págs. 1-7.

Campopiano, R. V. (2015). Gestión Educativa y TIC: Orientaciones para su integración. Buenos Aires: ANSES.

Chaves, N. (1990). La Imagen Corporativa; teoría y práctica de la identificación institucional. Buenos Aires: GG Diseño.

Cobo, C. (1 de febrero de 2018). Así es la escuela que impulsa la creatividad de los niños. (S. Calvo, Entrevistador)

Cope, B., & Kalantzis, M. (2009). Aprendizaje Ubicuo. Illinois: University of Illinois Press.

De Oliveira Soares, I. (2011). Educomunicação: o

conceito, o profissional a aplicação. Contribuições para a reforma do ensino medio. San Pablo: Paulinas.

Dussell, I. (2010). Aprender y enseñar en la cultura digital. Buenos Aires: Santillana.

Enriquez, P. G. (2011). El espacio urbano como lugar de marginalidad social y educativa. Argonautas, 48-78. Obtenido de <http://www.argonautas.unsl.edu.ar/files/04%20Enriquez.pdf>

Garay, L. (2000). Algunos conceptos para analizar instituciones educativas. Córdoba: FFyH UNC.

Gros, B. (2007). El aprendizaje colaborativo a través de la red: límites y posibilidades. Aula de Innovación Educativa (págs. 44-50). Barcelona: Universidad del Norte de Colombia.

Guber, R. (1991). El salvaje metropolitano. Buenos Aires: Legasa.

Jaramillo Lopez, J. C. (2011). ¿Comunicación estratégica o estrategia de comunicación? El arte del aljedorcistas. VII Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional, “Comunicación Estratégica o Estrategias de Comunicación, he ahí la cuestión del DIRCOM, (págs. 56-70). Cali, Colombia.

Martín Barbero, J. (marzo de 2009). Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación cultural. (U. d. Salamanca, Ed.) Teoría de la Educación. educación y cultura en la sociedad de la información, 10, 19-31.

Muriel, M. L. y Rota, G. (1980). Comunicación Institucional; enfoque social de las relaciones públicas. Quito: Ciespal.

Pagola, L. (2014). Educación y TICs: desafíos dentro y fuera de la escuela. Córdoba.

Rivas, A & Delgado, L (2016). Graduate XXI, un mapa del futuro. Banco Interamericano de Desarrollo

Sibilia, P. (2015). Paula Sibilia: “Las redes sociales no tienen paredes y subvierten la lógica escolar”. (C. Gualano, Entrevistador)

Stallman, R. (1996). El Sistema Operativo GNU. Recuperado 13 de abril de 2019. Obtenido de <https://www.gnu.org/philosophy/free-sw.es.html>

Tófolo, A. (2016). Aprender 2016. Acceso y uso de TIC en estudiantes y docentes. Buenos Aires: Secretaría de Evaluación Educativa del Ministerio de Educación de la Nación.

Torres Martínez, G. (2011). Intervención Educativa. Recuperado el 5 de marzo de 2019, de uvprintervencioneducativa.blogspot.com.ar/2011/09/que-es-un-proyecto-de-intervencion-por.html

Uranga, W. (2008). Perspectiva estratégica desde la comunicación. Buenos Aires.

Sitios Web

argentina.gob.ar. (2016). Recuperado el 5 de marzo de 2019. Obtenido de argentina.gob.ar/aprender: <https://www.argentina.gob.ar/educacion/aprender2016>

Blended. (s.f.). Recuerado el 20 de marzo de 2019, de <https://blended.com.ar>

Ministerio de Educación. (2018). Recuperado el 11 de abril de 2019. Obtenido de <https://www.argentina.gob.ar/educacion/escuelasdelfuturo>

SIU. (2019). Sistema de Información Universitaria . Recuperado el 21 de marzo de 2019. Obtenido de <https://www.siu.edu.ar/>

UNC. (s.f.). Recuperado el 20 de marzo de 2019, de <http://www.unc.edu.ar>

Wikipedia. (s.f.). Recuperado el 20 de marzo de 2019. Obtenido de Software Libre: https://es.wikipedia.org/wiki/Software_libre

ESTRATEGIAS DE NEGOCIO PARA SUS WEBS DE LAS RADIOS MÁS ESCUCHADAS DE BUENOS AIRES

Espada, Agustín

CONICET - UNQ / aeespada@gmail.com

Palabras claves: internet; radiofónico; nuevos contenidos; comercialización; modelos

Introducción

La radio, como el resto de los sectores tradicionales dentro de las industrias de los medios de comunicación, enfrenta desafíos propios de la convergencia digital de redes, lenguajes y plataformas (Becerra, 2015). En este marco, la investigación de las respuestas que los actores del mercado presentan a los cambios en los usos sociales, el financiamiento y las lógicas de producción del mercado de la información y la cultura es un desafío tan necesario como complejo.

El mercado de los productores y distribuidores de información y entretenimiento está afectado por los cambios que implica la combinación del proceso de digitalización de toda la cadena de valor y el auge del consumo y circulación de contenidos a través de internet. Este escenario es descrito por Picard (2014:1074) que enumera cinco tendencias: la abundancia de contenidos; la fragmentación de los consumos; el desarrollo, por parte de las empresas, de carteras de productos más abundantes; la crisis económica frente al surgimiento de los GAFA (De Bustos, 2012); y los constantes cambios en las tecnologías de la comunicación que modifican dispositivos y usos.

Para Campos Freire (2010:27), la crisis económica

de los medios de comunicación está enraizada en el sostenimiento de la producción de unos contenidos pensados para instancias, espacios y soportes de consumo que, cuanto mínimo, se transformaron. Este trabajo busca responder al interrogante por el tipo de contenidos que los medios, en este caso la radio, ofrecen en los actuales entornos y situaciones de consumo de sus audiencias.

Las transformaciones en los contenidos se producen en dos aspectos (Ortuño, Romera y Villada, 2008:300). Uno es el paso del consumo lineal y sincrónico a uno desprogramado, donde las emisoras deben ofrecer contenidos en stock y a la carta para personalizar y flexibilizar la instancia de consumo. El otro es el cambio en los formatos y en las temáticas de los contenidos que, en internet, tienden a explotar la segmentación de los públicos y permitir un mejor aprovechamiento comercial de los mismos. Esto implica que las plataformas radiofónicas en internet no deben funcionar como un apéndice de las versiones analógicas sino como un lugar de experimentación, segmentación y ampliación de la oferta artística de los emisores (González Aldea, 2011:118).

Para producir nuevos formatos y temáticas, las emisoras deben contemplar «que su producto sonoro principal no se vende ni se consume solo –es multimedia– y que los oyentes han dejado de estar en el extremo opuesto de la comunicación para estar en el centro mismo del proceso generando, evaluando y compartiendo contenidos –es interactivo» (Amoedo, Martínez-Costa, Moreno, 2012:177).

Metodología y objetivos

Este trabajo se propone analizar el modelo de negocio desarrollado por las radios más escuchadas de Buenos Aires, Argentina, para sus páginas webs. Esto implica tomar como objeto de estudio y análisis sólo sus sitios y no sus perfiles en redes sociales o aplicaciones para smartphones. El objetivo es identificar las distintas estrategias que estas emisoras tienen para esta plataforma. Para eso se estudian tres variables principales: la oferta de contenidos (provenientes de la programación o específicos), las publicidades o espacios comerciales y los equipos humanos puestos a disposición.

El objeto de estudio está compuesto por diez sitios donde están alojadas las radios más escuchadas: cienradios.com.ar (AM Mitre y FM La 100), minutouno.com (AM Diez, FM Mega y FM Pop), radionacional.com.ar (AM Nacional), metro951.com.ar (FM Metro), vorterix.com (FM Vorterix), lared.am (AM La Red), continental.com.ar (AM Continental), radiodisney.disneylatino.com (FM Disney), fmaspen.com (FM Aspen) y amdelplata.com (AM Del Plata).

Las herramientas metodológicas utilizadas para este

trabajo fueron dos. La primera fue el diseño de una grilla de análisis de contenidos para realizar la observación de los sitios webs en dos tramos (uno entre marzo y abril de 2017 y otro entre junio y agosto del mismo año). La segunda fue el trabajo de campo con entrevistas a los encargados de gestionar o dirigir los proyectos digitales dentro de las radios.

Este trabajo, entonces, propone un análisis de las estrategias de una buena parte de las radios más escuchadas de Buenos Aires para sus sitios webs. Este trabajo, entonces, tiene un carácter explorativo y cualitativo en una materia con pocos antecedentes (Corda, Martínez-Costa y Müller, 2016; Ávilés Rodilla 2011, 2015 y 2017) en Argentina y que propone sumarse a la problemática de la adaptación radiofónica a internet desarrollada por distintos centro y equipos de investigación a nivel mundial.

Hallazgos

Lo primero es que las emisoras de aire no van a internet para producir, explorar o experimentar con nuevos contenidos radiofónicos, o diferentes. Al contrario, explotan los que ya producen para sus programaciones tradicionales con complementos textuales, fotográficos y, los más audaces, audiovisuales. Las producciones de contenidos sonoros específicos (radios online, podcasts) para estas plataformas son ínfimas y se dan en reducidos casos. La opción por la complementación y el aprovechamiento de producciones ya disponibles le gana a la posibilidad de experimentar nuevos formatos, temas y géneros de contenidos a través de los cuales responder a las nuevas posibilidades de sus audiencias.

Hay proyectos disruptivos y que apuestan, con distintas estrategias, por aprovechar esta plataforma. Vorterix, CienRadios, Metro y Nacional, con sus distinciones, buscan y experimentan con desprogramación, audiovisual, personalización de la instancia de consumo, multiplicación de la oferta para aumentar el target de público o segmentarlo (y fidelizarlo).

Claro que en estas estrategias de experimentación resulta fundamental la puesta a disposición de recursos humanos que tengan la capacidad y la dedicación de producir, pensar, diseñar y hasta comercializar estos nuevos espacios. Los tres proyectos mencionados cumplen con este requisito. Se las denomina “estrategias de experimentación” porque llevan tiempos de desarrollo breves y cambiantes.

Si se pone el ojo sobre las radios de programación informativa, las AM, se obtiene el mayor nivel de apego a los contenidos de la programación. Se puede decir que las radios que tienen un proyecto web más o menos firme (de aquí se descarta a Radio 10) apuestan por un formato de portal de noticias aunque con producciones menores de contenidos textuales específicos. Sin embargo, el caso

de Mitre excede por lejos esta definición mientras que en La Red o Del Plata se da lo contrario.

En el caso de las emisoras más musicales, la apuesta web cuenta con la particularidad de aportar poco sobre lo que pasó durante la programación. La oferta se centra en el streaming del vivo con algunas notas de actualidad “musical”. Sin embargo, en este grupo sólo se puede ubicar a Aspen y Disney (Mega tiene sólo streaming). Entre las más habladas (La 100, Vorterix, Metro, Pop) las estrategias difieren muchísimo. Es muy difícil encontrar algo relacionado con la programación en la web de La 100 mientras que Vorterix o Metro la utilizan en cantidad. Lo mismo con las estrategias de musicalización. Por un lado, la emisora de Clarín apuesta, a través de “Match 100” y de los cientos de canales musicales, por aumentar el target de audiencia con distintas ofertas en formato long tail. Por el otro, Vorterix y Metro buscan profundizar el concepto de marca con contenidos especializados y de refuerzo del “nicho”.

Al igual que en materia de contenidos, la comercialización y monetización de estos espacios también replica modelos tradicionales con desarrollos enanos. Si bien no se obtuvieron cifras de volúmenes de ingresos por estas plataformas, en general se observó que la cantidad y variedad de contenidos ofrecidos hace a la cantidad y variedad de formatos publicitarios. El caso de La Red fue el único que marcó una ruptura con esta descripción ya que aún con muy pocos contenidos mostró variedad en los anuncios pautados.

La dificultad para monetizar y fondear nuevos contenidos colabora –por no decir que justifica– la estrategia de tomar los mismos productos para verterlos en distintas plataformas. Incluso utilizando los mismos recursos comerciales, sin desdoblar las tandas, diferenciar estrategias y sumándole la venta de un banner a una negociación de aire. Este trabajo muestra que las webs de las radios son utilizadas, en el mayor de los casos, para retener al oyente tradicional cuando se conecta a internet. A contramano, son pocos los casos que ofrecen algo al usuario o navegante que está en internet y busca información o entretenimiento en otros formatos.

LA INFLUENCIA DE LA TACTILIDAD EN EL USO DEL SMARTPHONE PARA EL ESTUDIO POR PARTE DE JÓVENES UNIVERSITARIOS

Albarello, Francisco Javier
USAL / albarellofrancisco@gmail.com

Arri, Francisco Hernando
USAL / farri@usal.edu.ar

García Luna, Ana Laura
USAL / algaluna@usal.edu.ar

Quintana, Juliana
USAL / juli7.quintana@gmail.com

Kuris, Melissa
USAL / melissakuris@gmail.com

Capeans, Rodrigo
USAL / capeans.rodrigo@gmail.com

Liverotti, Greta María Luján
USAL / greta.liverotti@usal.edu.ar

Bongiovanni, Maximiliano
USAL / maxibongio@gmail.com

la tactilidad influye en las prácticas de estudio que desarrollan los jóvenes cuando usan sus celulares mientras leen o preparan un examen, entre tantas otras tareas que desarrollan cotidianamente. La velocidad de interacción, la multiplicidad de ventanas y funciones, el uso de programas de chat y mensajería, la utilización de audios, videos, etc. forman parte del paisaje cotidiano que acompaña a los jóvenes universitarios. El objetivo de esta investigación es, entonces, describir y comprender estas formas de interacción y su influencia sobre el estudio. Es un tema de capital interés, ya que en general, al smartphone se lo considera como una “tecnología de la interrupción” (Carr, 2011), que distrae a los jóvenes de la tarea del estudio y les hace perder el tiempo. Más allá de estas visiones, consideramos que estudiar la tactilidad puede arrojar indicios importantes para conocer más acerca de la naturaleza de la interacción que los usuarios desarrollan con los dispositivos móviles. En cuanto a los aspectos metodológicos, esta investigación, de carácter exploratorio y descriptivo, combinará la aproximación cualitativa de las entrevistas en profundidad a jóvenes universitarios que utilizan el celular mientras estudian, con el registro en video de sus interacciones con ese dispositivo móvil.

Bibliografía

- Carr, N. (2011). *Superficiales. Qué está haciendo Internet con nuestras mentes*. Madrid: Taurus.
- Parisi, D, Paterson, M & Archer, (2017). J; “Haptic media studies” en *New Media & Society*, Vol. 19, Issue 10, pp. 1513-1522.
- Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes*. Barcelona: Gedisa.

Los dispositivos móviles -particularmente los smartphones- se han convertido en los últimos años en el principal acceso a la información y en el medio elegido para desempeñar multiplicidad de tareas en la vida cotidiana, especialmente en el segmento de los adolescentes y los jóvenes. Como sostiene Rheingold (2004) el celular se ha vuelto “el control remoto de la vida cotidiana”. Los hábitos de lectura y las formas de estudio no escapan a esa realidad, puesto que el celular acompaña a los jóvenes durante todo el día, y ellos lo complementan, en forma multitarea, con las diversas actividades que realizan. Un aspecto fundamental en la relación que tiene los jóvenes con los dispositivos digitales es la “tactilidad”. Los “estudios hápticos” (Parisi *et al*, 2017) analizan el modo en que los usuarios utilizan las pantallas táctiles para desempeñar sus tareas, y ponen en el centro de la escena el sentido del tacto, el cual históricamente ha sido relegado en el estudio de la relación entre los medios y las audiencias. No casualmente hay autores que han denominado a los jóvenes como “la generación del pulgar”.

El interés de esta investigación está centrado en cómo

ESTUDIAR LAS #PLATAFORMASGAFA

Alonso, Julio

FCS - UBA / alonso.julito@gmail.com

Manchini, Lucas

FCS - UBA / manchini.lucasdavid@gmail.com

Palabras claves: TIC, plataformas mediáticas; #PlataformasGAFA; Instagram; educación

Introducción

Todos y todas, casi sin excepción, vivimos bajo la influencia directa o indirecta de las GAFA, el acrónimo para definir a Google, Apple, Facebook y Amazon, las cuatro empresas más

poderosas del mundo a nivel tecnológico. Las decisiones y acciones comerciales de las todopoderosas GAFA se toman en Estados Unidos sin tener en cuenta legislaciones o reglamentos europeos, asiáticos o africanos.

Su éxito comercial las hizo crecer hasta el punto de llegar a pensarlas más allá de poderosas multinacionales, logrando observarlas como empresas-Estado con miles de millones de súbditos-clientes que no consideran su vida sin entrar a Google, utilizar su iPhone, colgar una foto en Facebook/Instagram, ¿mensajearse todo el día con Whatsapp?; o comprar el último gadget en Amazon. ¿Cómo pensar las GAFA? ¿Cómo rediseñar las GAFA? ¿Cómo reinventar las GAFA?

En ese sentido, buscamos desde el espacio de una de las comisiones de la Cátedra Alejandro Piscitelli, de la materia Taller de Introducción a la Informática, Telemática y el Procesamiento de Datos en la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA), embarcarnos en un trabajo de investigación-acción en relación a estas cuatro plataformas a lo largo del segundo cuatrimestre del 2018.

En principio nos propusimos elaborar un programa secundario al principal de la cátedra, que se sumara a las problemáticas de la cursada, pero que nos permitiera indagar de forma específica a las #PlataformasGAFA y funcionara como guía. Construimos tres ejes: De redes sociales a plataformas; Legislación y privacidad; y las Prácticas sociales y perspectivas a futuro. Cada uno de estos ejes fueron la base para profundizar el conocimiento de las #PlataformasGAFA y que finalmente se tradujeron

en la realización de tres trabajos prácticos, tres por grupo, de parte de los estudiantes. Los mismos fueron de índole escrito/audiovisuales y, sumado a esto, era requisito que fueron pensados y diseñados para dispositivos móviles como principal medio de transmisión.

Este trabajo se complementó con un micrositio web <http://catedradatos.com.ar/plataformasgafa/> y una cuenta en Instagram <https://www.instagram.com/plataformasgafa/>, no sólo como espacios de desarrollo de la cursada y actualización periódica para los estudiantes, en las mismas logramos desandar un camino donde partimos de un espacio de información que paulatinamente fuimos entregando a los y las estudiantes para que funcione como un espacio de indagación, investigación y comunicación de sus resultados.

Antecedentes

En términos de antecedentes, nos enmarcamos en el andamiaje de trabajo que realiza y construye desde el 2009 Alejandro Piscitelli en pos de transformar su espacio universitario en un laboratorio de innovación y que tuvo como puntapié el [Proyecto Facebook y la Posuniversidad](#) (2009), que este año cumple 10 años, y nos invita a pensar estas Plataformas GAFA en relación a lo que producía la Universidad. En sus palabras en aquella publicación :

Porque en estos casi 15 años, y salvo el último año y medio, ser profesor de la UBA no merecía en mis charlas o conferencias más que un guiño curricular, o una mera mención a autores o temas, o alguna referencia a un excelente equipo de profesionales, muchos bautizados en las lides docentes desde la experiencia de la cátedra, pero sin demasiado entusiasmo o sorpresa. Tal era el peso agobiante de lo instituido sobre lo instituyente. Sucedió que lo que hacíamos en la cátedra no mostraba mayores diferenciales, ni generaba demasiadas expectativas. Era un buen trabajo. El material transmitido era rico. Lo que nos singulariza era la rotación permanente de temas y bibliografía. Y cierta sensación de estar acariciando el presente y el futuro, mucho más que la mayoría de las otras decenas de materias de la Carrera de Comunicación, obstinadas en llorar pasadas glorias, imaginar que el pasado fue un vergel, y de explorar los dolores de parto del Tercer Milenio Tecnofílico, inequívocamente acusándolos de traicionar los valores del humanismo, y de ser una máquina de injusticia y de borrado de la dignidad y la identidad como nunca antes ocurrió en la historia de la civilización.

A lo largo de estos años hemos buscando emplear distintas estrategias que nos permitieran modificar las prácticas docentes y de los estudiantes a la hora de pensar los temas de relevancia sobre la comunicación social y las nuevas tecnologías en términos educativos.

Teniendo en cuenta que nos debemos un ejercicio

continuo, dado que cada cuatrimestre cambiamos el programa que ofrecemos a los estudiantes, buscamos lograr una adecuación coherente y entendible para que cada estudiante pueda desarrollar un proyecto en equipo que traduzca o sintetice los contenidos teóricos vistos tanto en prácticos como teóricos.

Este cuatrimestre no fue la excepción y buscamos generar una dinámica áulica que permitiera construir este dispositivo pedagógico encarnado en la cuenta de Instagram de @plataformasGAFA y que nos permitiera pensarlo como espacio de investigación, aprendizaje y comunicación.

Metodología empleada

Desde 2009 la cátedra aboga por buscar el aprendizaje basado en proyectos, la misma acuñada por William H. Kilpatrick y que tiene como modelo el constructivismo (Lev Vygotsky, Jerome Bruner, Jean Piaget y John Dewey) y se apoya en la creciente comprensión del funcionamiento del cerebro humano, en cómo almacena y recupera información, cómo aprende y cómo el aprendizaje acrecienta y amplía el aprendizaje previo, partiendo de la concepción de que el alumnado aprende en relación con la vida a partir de lo que le es válido. Este formato nos permite interpelar al estudiante que lo pone como protagonista del aprendizaje, y en ese sentido buscamos trabajar en la crisis del docente a partir de la modificación del vínculo con el docente y enfrentar los retos del siglo XXI.

Para profundizar esta noción, sumamos la mirada y propuesta de Mariana Maggio, quien a la hora de evaluar las habilidades que deben desarrollar los y las estudiantes para el Siglo XXI en términos de incorporar nuevas tecnologías al aula, destaca a la Comprensión, la Comunicación, la Colaboración, la Creatividad y por último el Pensamiento Crítico. Cada instancia del trabajo realizado a lo largo de este cuatrimestre buscó incorporar estas habilidades y ponerlas en juego en los trabajos de los estudiantes.

Por último, aprovechamos la reciente publicación de Carlos Scolari sobre las habilidades vinculadas al alfabetismo transmedia, esto es, “lo que los jóvenes están haciendo con los medios” para referirse a las habilidades relacionadas con la producción, el intercambio y el consumo de medios interactivos digitales. Si bien no logramos incorporar todas las competencias conceptualizadas en su proyecto de investigación, si tomamos como punto de partida el espacio de trabajo (la cuenta de Instagram) como el espacio nativo de consumo, producción y desarrollo de los estudiantes. Por esa razón, entendemos que la actividad académica debe entender y buscar nuevos formatos de comunicación de las investigaciones.

Resultados

El primer trabajo implicó la escritura de un artículo periodístico de divulgación sobre el primer eje en relación al estado actual de cada Plataforma GAFA. Google: ¿Cómo escapar del ojo que todo lo ve?. Apple: Sexapple. Amazon: El temible caimán negro. Facebook: Con F de familia, pero también de fraude. Luego, en relación al eje de Legislación y Privacidad, cada grupo realizó una producción audiovisual de acuerdo al eje donde debían sintetizar una propuesta según lo leído y trabajado en las dos semanas y que se puede consultar aquí. Por último, en el eje sobre las prácticas sociales y perspectivas a futuro, la pregunta eje fue ¿Cómo reinventar estas GAFA?, y cada grupo logró sintetizar un producto que retomara los trabajos anteriores pero agregara un elemento distinto.

En el caso de Google, el grupo personificó en carne y hueso al algoritmo de búsqueda para realizar una *perfilación en vivo* de las búsquedas de los usuarios que interactuaron con ella, generando anuncios personalizados a partir de una breve encuesta que derivó en búsquedas en la web de Google.

El Grupo de Apple logró culminar su narrativa en relación al concepto de #Tecnomonogamia con una propuesta en vivo de su más reciente aplicación de salidas románticas exclusiva para dispositivos iPhone. La sexualización de estos dispositivos llegó al extremo y pudimos presenciar un casamiento en vivo con los términos y condiciones apropiados para la ocasión.

El Grupo de Facebook realizó una propuesta que duró dos semanas, dónde puso a prueba a los cursantes en una simulación de un futuro donde no haya necesidad de votar dado que a partir de nuestros intercambios y decisiones en la red ya se sabrá a quién elegimos. En ese sentido generaron toda una base de datos en la cual organizaron a los cursantes y ayudantes según sus reacciones a diversas noticias. En esta «República Facebook» se logró condensar una propuesta interesante quizá no tanto en términos de reinvención de la #PlataformasGAFA asignada al equipo, pero sí una perspectiva interesante en términos de futuros posibles. Por último, el grupo Amazon cerró su cursada diseñando un dispositivo lúdico basado en la rayuela y el monopoly, pero intervenida por algoritmos que dificultaron la forma de llegar al final. Cada instancia de la Rayuela algorítmica de #Amazon generaba nuevas instancias según tus compras y los «Bezos» que gastabas para seguir participando.

Nos resta mencionar a todos los y las estudiantes que formaron parte de #PlataformasGAFA.

GOOGLE: Milagros Maffione, Catalina Solís, Emilia Rozic, Brunella De Vincenzo, Martín Vazquez, Carolina Delgado, Julieta Ortiz Hermosilla, Camila Mia Muñoz, Iris Ayelen Segovia Chavez. **APPLE:** Lucía Moreno, María Valentina Segovia, Nicole Petraglia, Victoria

Lezcano, Lucio Rodríguez, Agustina Cavadini, Julieta Castellano, Victoria Florencia Sandri, Catalina Garabato, Lourdes Diaz Mendez, Florencia Nahuel, Rocio Ricaurte. **FACEBOOK:** Guido Guasqui, Victoria Alomar, Leila Albarracin, Juan Bautista Pellizari, Macarena Sánchez, Antonella Picarelli, Agustina Rodríguez Orella, Débora Toranzo, Priscila Bilotta, Martín Papatolo. **AMAZON:** Micaela Valosen, Ema Fligler, Agustín Pons, Carolina A. Espínola, Milagros Noya, Karem Canale, Gonzalo Miño, Camila Cerimele.

Conclusiones

Al finalizar la cursada, escribimos las siguientes líneas reflexivas que volvemos a tomar en este momento y que nos permiten volver a revisar nuestro trabajo a lo largo de ese cuatrimestre.

Quizá como Cátedra, nuestro objetivo es buscar incomodar a nuestras/os estudiantes a la hora de cursar. Proponemos sacarlos de los asientos (y si es posible del aula), de las repeticiones infinitas absurdas de autores, de los trabajos prácticos sin sentido y finalmente de las evaluaciones que buscan repetir lo que sólo puede interesarle al docente. Pero, y siempre hay peros cuando uno buscar diseñar un plan con antelación, este cuatrimestre nos obligó a salir de las aulas, a tomar las calles, los espacios digitales, a poner en un segundo plano el desarrollo "normal" de la cursada. Por esa razón, en largas conversaciones, y también corroborando con el equipo de cátedra, intentamos hacer pie sobre un terreno que se presentaba viscoso. De la misma manera que muchos de ustedes transitaban su primera toma del edificio, para nosotros era la primera como docentes. Lejos estábamos de poder recorrerla, pensarla y habitarla como cuando fuimos estudiantes. Cada decisión se tomaba un día antes, o incluso horas previo al encuentro. Teníamos una sola garantía, defender la posición ante los recortes, pero a la vez poder garantizar la estabilidad mínima de la cursada. Estar en contacto con ustedes aún cuando no tuviéramos un encuentro presencial. Y así transitamos, y así se acordó con el gobierno, y así pasó la toma.

Así es, porque durante la cursada de ese cuatrimestre, intentamos llevar adelante estapropuesta en un contexto de toma. La misma nos marcó y nos permitió crecer como docentes, investigadores tratando de ver cómo funcionan estos nuevos lenguajes, tecnologías y nuevos medios.

Bibliografía

Galloway, S. (2018). La máquina come almas, mata empleos y evasora de impuestos de Silicon Valley. Esquire Magazine. Traducción a cargo de Julio Alonso.
Kilpatrick, W. Rugg, H.; Washburne, C. y Bonner, F. G.

(1967a): El nuevo programa escolar. Bs.As.: Losada.
Kilpatrick (1967b): "La teoría pedagógica en que se basa el programa escolar", en AA.VV. El nuevo programa escolar. Bs. As.: Losada.
Kilpatrick, W.H. (1918): The project method New York: Teachers college record.
Lanchester, J. (2017) «You are the product. It Zucks». London Review of Books. Traducción a cargo de Julio Alonso
Maggio, M. (2018): Habilidades del siglo XXI: cuando el futuro es hoy: documentobásico, XIII Foro Latinoamericano de Educación / Mariana Maggio. - 1a ed. - Bs.As.: Santillana.
Scolari C. (2018) Alfabetismo transmedia en la nueva ecología de los medios. Disponible en: http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL_whit_es.pdf
Scolari. Carlos A. (2018). Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula". Barcelona España. Disponible en: http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL_Teens_es.pdf
Van Dijck, José. (2016). La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redessociales. Capítulo 2. Desmontando plataformas, reconstruyendo la socialidad. Buenos Aires. Siglo Veintiuno Editores.

STORIES DE INSTAGRAM ¿NARRACIONES AUTOBIOGRÁFICAS CONTEMPORÁNEAS? ¹⁴⁴

463 

Buffa Giordano, Natalia

UNVM / natigiopo@gmail.com

Palabras claves: nuevas narrativas, autorretrato, *instagramer*, producción visual/audiovisual; *stories*; nuevas poéticas, nuevos regímenes escópicos

La creciente expansión de las *stories* de la red social Instagram revela ciertos cambios en la percepción y ¹⁴⁴ Este trabajo forma parte de la indagación vinculada al Trabajo Final de Grado, *Autobiografía visual. Instagram y nuevos regímenes escópicos*, de la Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual de la Universidad Nacional de Villa María.
Instagram stories ¿Narraciones autobiográficas contemporáneas?

autopercepción de los sujetos. En esta ponencia se refleja un trabajo analítico que plantea analizar la producción visual y audiovisual de las *stories* de la *instagramer* Sofía Morandi, con la intención de describir los diversos recursos utilizados para este tipo de narración. Se abordará este aspecto desde la perspectiva teórica de Lev Manovich sobre la estética de lo cotidiano, en el campo de los nuevos medios de comunicación.

En segunda instancia, se procura reflexionar en relación a los postulados de Leonor Arfuch y Raquel Schefer sobre las diferentes narraciones autobiográficas, biográficas y de autorretrato documentalizable para poder llegar al punto clave del planteo ¿son las *stories* narraciones autobiográficas contemporáneas?

La incesante productividad de performativos videos individuales en primeros planos, con un sujeto posicionándose frente a la cámara para narrarnos algo de su cotidianidad, se volvió moneda corriente en el mundo digital.

Instagram, entre las redes sociales más utilizadas en la actualidad, tiene un crecimiento exponencial en los últimos años probablemente debido a su actualización constante de recursos que le proporcionan al usuario diversidad de recursos, acompañados por el surgimiento de nuevos regímenes escópicos y el nacimiento de un narcisismo colectivo que reformula las reglas de conectividad entre los sujetos.

A lo largo de este desarrollo teórico se propone analizar si las *stories* de Instagram podrían considerarse dentro del género de la autobiografía, partiendo del análisis estructural de Lev Manovich sobre la estética de lo cotidiano en esta la red social, relacionando con los postulados de Leonor Arfuch y Raquel Schefer, acerca de las narraciones autobiográficas y los autorretratos documentales, respectivamente.

A grandes rasgos, se podría identificar tres tipos de usos de Instagram, el primero como medio de acercamiento para aquellas *celebrities* fuera de la red, a través de la cual sus fanáticos los siguen para conocer aún más de ellos. Como segundo tipo de perfil, se podría identificar una faceta profesional, donde la red social es un medio de trabajo, a partir del cual se diseña y produce contenido para determinada audiencia. En tercer lugar, se considerarían los perfiles “comunes”, personas que utilizan la red social Instagram como simple galería de imágenes que muestren su vida y actividades rutinarias a conocidos, buscando incluso entablar relaciones virtuales con otros perfiles con los cuales encuentren interés.

“(…) La comunidad de Instagram ha evolucionado en los últimos cinco años desde un lugar para compartir fotos filtradas a mucho más: una comunidad global de intereses que comparte más de 80 millones de fotos y videos todos los días. Nuestro aspecto actualizado refleja

cuán vibrante y diversa se ha vuelto tu narración.

Gracias por darle a esta comunidad su vida y color. Haces de Instagram un lugar para descubrir la maravilla en el mundo. Cada foto y video, desde las cosas más pequeñas hasta las más épicas, abre una ventana para que las personas amplíen sus experiencias y se conecten de nuevas maneras”. (2016)

Esta cita corresponde a la primera publicación que hace la cuenta oficial @Instagram, presentando la actualización del software, modificando el diseño del logo y ciertos recursos disponibles para el usuario. Entre las diferentes modalidades de producción y reproducción de contenido, se encuentran, por una parte, dos espacios diferentes, en principio el *Feed* o inicio, donde se pueden subir imágenes fijas, videos, *gifs*, donde la interacción entre los seguidores es pública y el contenido queda fijo en cada perfil.

Por otro lado, está el espacio de las *stories*, videos de un máximo de 15 segundos que en el lapso de 24 horas se borran de manera automática y desaparecen de la red. Esta modalidad está caracterizada por ser una continua e incesante secuencia de contenidos cortos que reúnen diferentes recursos, tanto sea como material visual/ audiovisual, texto, *gifs*, entre otros.

Dentro de ésta modalidad de producción, están las “transmisiones en vivo”, que son videos emitidos de manera directa, no tienen una duración máxima y se puede interactuar simultáneamente por medio de comentarios. La idea que parece primar al incorporar estas dos modalidades, es un contenido efímero, banal, espontáneo, incluso a veces descuidado.

Este trabajo de indagación se centra en problematizar la manera en que el *instagramer* utiliza la red social para constituirse como un profesional en la red. Para ello será necesario identificar y analizar los recursos formales y discursivos desplegados en tales *stories*.

La *instagramer* seleccionada es Sofía Morandi, una multifacética artista neuquina de 22 años, que tiene la particularidad de ser una de las *instagramer* con mayor crecimiento en Argentina, logrando llegar a los dos millones de seguidores en tan sólo tres años de crear contenido para la red.

El corpus de análisis está compuesto por la producción visual y audiovisual de *stories* de Sofía Morandi, durante los meses de enero y febrero del corriente año. A partir del mismo, se pretende realizar un análisis estructural y textual del material para, luego, conceptualizar lo relevado en relación a los autores anteriormente mencionados.

Entre los desarrollos teóricos que servirán de cimiento para esta investigación, se encuentra Leonor Arfuch con *El espacio biográfico* (2002). En este libro, la autora plantea el espacio biográfico como un nuevo orden narrativo y orientación ética, donde implantará cambios en nuestra

forma de sentir y actuar, moldeando así, costumbres y hábitos.

En primera instancia, se refiere a los relatos en primera persona como diarios íntimos, memorias, correspondencias, principalmente trata la entrevista en sus escritos del 2002, pero en el recorrido de sus diferentes teorizaciones se va a ir centrando en lo virtual. Esto se debe a que considera que el avance de la mediatización da lugar más rápidamente a las tendencias, alimentando de intersubjetividades un espacio que antes era prácticamente inexistente.

Arfuch, constituye un punto de partida imprescindible para pensar la construcción del sujeto en su universo de *selfies* y autorretratos en redes, donde las nuevas narrativas del yo emergen en la red social Instagram, construyendo relatos visuales autobiográficos a través de *stories*.

En parte, esto es lo que plantea la autora en *Memoria y autobiografía* (2013) y *La vida narrada: Memoria, subjetividad y política* (2018), donde pretende comprender fenómenos como la indistinción entre espacios públicos y privados y la multiplicación de identidades para la comprensión de las diferencias entre sujetos. Planteando así, la pluralidad de voces y emergencias de nuevas identidades en contrapartida con la acentuación del individualismo, el consumismo y la falta de introspección. Arfuch, además, adhiere a la concepción del filósofo ruso, Mijaíl Bajtín, respecto al valor biográfico, donde el sujeto deja entrever el vacío constitutivo de sí mismo que convoca a la necesidad de identificación, y encuentra en este orden narrativo y puesta en sentido de la propia vida. Esto se debe a que es el otro lo que encontramos en primera instancia en el mundo, es la primera realidad dada, está identificada a partir de yo, y consiguiente a esto, los demás son otros.

Raquel Schefer (2008:37-40), por su parte, reflexiona sobre el documental autorreferencial, pensando sobre la enunciación de quien se posiciona frente a una cámara y se expone como relator en primera persona. Esta exposición del yo suele ser discontinua, fragmentaria y polifónica.

Schefer, realiza un recorrido breve sobre las diferentes instancias en las que se circunscriben el cuerpo y la imagen, pero el inicio del análisis comienza con la aparición del video, con la expansión de cámaras de registro domésticas que juegan un papel performático y memorial en la vida de las familias. En este punto, la cámara comienza a insertarse en la cotidianeidad, aún inmiscuida en una intimidad colectiva, en este caso la familia. Videos hogareños o *home movie* son el punto de partida de esta estética de *found footage* en la que las borrosas imágenes familiares construyen un relato de memoria y evocación. Imágenes lagunares,

fragmentarias, atemporales montadas y resemantizadas. Por otra parte, Lev Manovich es un autor que trabaja puntualmente la estética de lo cotidiano en el marco de los nuevos medios (2006:68), donde la ritualización de la fotografía en distintos momentos rutinarios ofrecen, de pronto, una puesta en escena que pretende ser espontánea pero con una esquematización y preparación previa que la vuelve canonizada.

Así se puede observar, *stories* con un estilo minimalista, donde la taza de diseño está perfectamente acomodada en el centro del encuadre, y en el resto del espacio diferentes elementos dispuestos de manera consciente para la foto, donde el equilibrio de la imagen, con sus colores pasteles en muchos casos, nos ofrece calidez, estilo y artisticidad en un simple momento, como el del desayuno.

Breve conclusión

Comprender la narrativa autobiográfica presente en la red social *Instagram* a la luz del espacio biográfico y autobiográfico contemporáneo, permite la observación y análisis de varios aspectos del uso frecuente de las *stories* de los usuarios considerados *instagramers*. Se observa cómo las dinámicas del yo, construyen autobiografías continuas, efímeras y disolubles. En su mayoría son eliminadas automáticamente por el *software* luego de 24 horas de permanencia y en otros casos son aquilatadas y rememoradas a través de *stories* destacadas, permaneciendo en el *feed*, como pequeños capítulos inestables de una vida expuesta.

Este tipo de relato surge en una sociedad en la que la individualidad, la realidad aumentada, la continua interacción, la ciberconectividad, da como resultado narrativas fluidas y desestructuradas que registran de manera constante la vida de sus usuarios y que nutren el valioso ecosistema de pantallas interminable. Si se buscara comparar e identificar con qué géneros o formatos podrían relacionarse las *stories*, podría pensarse en un gran "reality/en vivo" en tanto que registro espontáneo y fluido, una mostración documentalizante de la vida privada de los sujetos sólo posible a partir de una interfaz veloz y voraz.

Bibliografía

- Arfuch, L. (2002) *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Arfuch, L. (2018) *La vida narrada. Memoria, Subjetividad y política*. Villa María: Eduvim.
- Arfuch, L. (2013) *Memoria y autobiografía. Exploraciones en los límites*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.

Bajtín, M. (2015) *Yo también soy*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: E Godot Argentina

Manovich, L. (2006) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Paidós

Manovich, L. (2009) *La práctica de la vida cotidiana (de los medios): ¿Del consumo masivo a la cultura masiva de producción?* Chicago: Prensa de la Universidad de Chicago.

Schefer, R. (2008) *El autorretrato en el documental: Figuras/Máquinas/Imágenes*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Catálogo.

historietas con el periodismo y la dinámica de los juegos con la información (Domínguez, 2013; Gifreu, 2012; Gaudenzi, 2013; Bogost, Ferrari y Schweizer, 2010)¹⁴⁵.

La transformación vía las nuevas tecnologías convergentes implica modificaciones en la industria de la información y el entretenimiento, en los géneros, las rutinas profesionales y en el rol de los consumidores, por nombrar algunos ejes. Es decir, que comprende los procesos de producción, distribución y consumo de la información, aunque puede extenderse a todas las industrias culturales. Aún así se advierte un panorama de rupturas, pero también de continuidades, una etapa de transición y coexistencia de soportes, modelos de negocios y formas de producción y consumo tanto de la era analógica como de la era de la información-digital. El entorno digital impulsa la actualización constante, la publicación y distribución inmediata, la ampliación en la oferta informativa y de entretenimiento así como también el protagonismo de los usuarios y la dispersión y la fragmentación de las audiencias. Uno de los principales desafíos para las industrias culturales está en atraer la atención de las audiencias en una internet saturada de información y expandida en diferentes soportes. Por otro lado, el sector enfrenta una crisis económica en tanto el entorno digital rompe su sistema de financiamiento tradicional y no se logra crear un modelo de negocio sostenible

Entonces ¿cómo afrontar este universo? Una de las respuestas por parte de los medios es la innovación en la forma de generar contenido.

Como explica Domínguez (2013) la interacción con el contenido digital es una característica que se entiende tiene potencial de involucramiento en la narración. Uno de los mayores exponentes de la interacción con el contenido es el juego (p.97). Así el concepto de gamificación o ludificación fue ganando terreno, en los últimos años, en las industrias de contenido. Suele estar asociado particularmente a los videojuegos (Dominguez, 2013), pero el concepto excede tanto estos formatos como al entorno digital (Grifeu, 2016; Deterding et al, 2011). Es decir que cuando hablamos de *docu o news games*, no hablamos del uso de los videojuegos en estas narrativas sino del uso de las principales características de todo juego. A saber presentar: objetivos, reglas, desafíos, recompensas, oponentes y diferentes niveles.

En síntesis, el concepto de ludificación o *gamificación*, refiere al uso del diseño y estructura del juego en entornos que no son propios de este ámbito, como por ejemplo, el documental o el periodismo. El objetivo principal es atraer a la audiencia desde un entorno divertido. Deterding, Khaled, Nacke y Dixon (2011, p.2) señalan

¹⁴⁵ Estas descripciones no desconocen la brecha digital que existe tanto entre países como entre ciudades y/o regiones de un mismo país.

NUEVAS NARRATIVAS PERIODÍSTICAS: GAMIFICACIÓN E INFORMACIÓN

Casini, Julieta C.

UNTREF / jcasini@untref.edu.ar

Palabras claves: narrativas digitales; web docs; ludificación; nuevos medios; newsgames

Las tecnologías de la información y la comunicación que se desarrollaron y crecieron a fines del siglo XX, especialmente internet, transformaron el escenario mediático. Como explica Martín Becerra (2016)

El sector de la información y la comunicación atraviesa una metamorfosis radical que trastoca las regulaciones (legales, social-culturales, económicas y de arquitectura-código) tradicionales, a la vez que protagoniza un proceso de convergencia entre actividades que hasta hace pocos años tuvieron un desarrollo separado, autónomo y hoy están cada vez más imbricadas, como las de los medios audiovisuales, las telecomunicaciones e Internet.

En este contexto los medios de comunicación buscan nuevas formas de atraer audiencias, a la par que el entorno mediático convergente cruza lenguajes y narrativas de diferentes disciplinas y/o formatos. Por ejemplo, se desarrollan documentales web y/o interactivos, cómics periodísticos y *newsgames* por señalar tres casos. Así convergen informes o reportajes televisivos periodísticos con el cine documental, la tradición de los cómics y las

que el “diseño de juegos es un acercamiento valioso para hacer que productos, servicio o aplicaciones que no son juegos, sean más agradables, motivadores y /o atractivos de usar”. Eva Domínguez (quien estudia las narrativas periodísticas inmersivas) y Arnau Gifreu (quien trabaja sobre los documentales web interactivos) entienden que la gamificación es una técnica concreta para generar inmersión de las audiencias en el relato.

Por la extensión de esta presentación no me voy a detener en problematizaciones como, por ejemplo, la diferencias entre “*gamificación, serious games, and playful interaction*” (Deterding et al, 2011, p.4), o la importancia en la simulación versus las reglas (Frasca, citado en Domínguez, 2013). Por este motivo, tomamos de Grifeu (2016) el sentido general sobre la gamificación y, a su vez, para comprender estas estrategias haré referencia a cuatro proyectos que si bien no agotan todas las posibilidades, sirven como aproximación.

Dos casos que hacen uso de la *gamificación* con un mayor y fuerte cruce con el documental audiovisual son los del director David Dufresne: *Prison Valley*¹⁴⁶ y *Fort Mcmoney*¹⁴⁷. Si bien el primero se autodefine como *documentary web* y el segundo como *documentary game*, tienen una estructura similar. Un desarrollo visual de alta calidad y una interesante integración de recursos multimedia y vínculos a redes sociales. Por otro lado, ambos intentan generar debate en torno problemas sociales y políticos. *Fort Mc Money* sobre la explotación petrolera y al modo de vida (exitosa?) de los pobladores de la ciudad canadiense *Fort Mc Murray*¹⁴⁸ y, el otro sobre la vida en una ciudad donde la principal “industria” es su prisión.

Fort Mc Money en sus palabras propone al usuario: “*Discover the city. Interrogate its protagonists. Control its destiny.*” Así al ingresar se pueden explorar diferentes relatos de ciudadanos y autoridades a favor y en contra de la explotación del petróleo (desde la ministra de medio ambiente de Canadá hasta el dueño de un strip club). Una de las estrategias lúdicas principales es un panel de control donde podemos chequear qué puntos de la ciudad recorrimos, a la vez que acumulamos puntos y podemos tener mayor o menor influencia en la toma de decisiones y evolución del juego. Tal como explica Arnau Gifreu es tan complejo el diseño y recorrido propuesto al usuario que si el objetivo es recibir información y/o conocer más acerca de cómo se vive en esta ciudad efectivamente a veces no lo logra.

146 La dirección la comparte con Philippe Brault. Francia y Alemania, Arte TV y Upian, 2009. <http://prisonvalley.arte.tv/?lang=en>

147 David Dufresne. NFB y Arte, Canadá, 2013. <http://www.fortmcmoney.com/#/fortmcmoney>

148 La tercera reserva más grande de petróleo en el mundo.

Por su parte, *Prison Valley* invita a recorrer esta ciudad en Cañon City, Colorado. La fuerza en el audiovisual está desde el inicio, tal así que al ingresar no podemos ignorarlo (saltarlo). Con él recorreremos una carretera hasta llegar al hotel donde comenzará nuestra visita a este pueblo con 36.000 habitantes y trece prisiones. La estructura audiovisual introductoria es lineal y tradicional con voces en off que nos brindan información de contexto. La propuesta lúdica también es recorrer y conocer a los diferentes habitantes de la ciudad. La base es el Riviera Motel en cuya habitación encontraremos diferentes elementos donde *clikear* y comenzar el viaje¹⁴⁹.

Diferente es la propuesta de *Montelab*¹⁵⁰: “sobre la aventura de comprar casas antes del estallido de la burbuja inmobiliaria en España”. Sin bien se presenta como *docugame* lo encuentro próximo a un *newsgame* ya que el eje está en un tema de actualidad coyuntural. A su vez, el eje parece estar más en el juego: elegir un personaje y simular ser parte de la burbuja inmobiliaria, tomar decisiones (tipo de familia, comprar, alquilar, quedarse en casa, etc) y ver un marcador. Las piezas audiovisuales ocupan lugares secundarios. De hecho, podemos saltarnos el video introductorio. En esta misma línea, encontramos el juego propuesto por el Consorcio Internacional para el Periodismo de Investigación (ICIJ) a propósito de la investigación sobre los *Panamá Papers: Stairway to Tax Heaven*¹⁵¹. Aquí eligiendo también un personaje (un deportista, un empresario o una política), se toman decisiones para conocer el mundo de las sociedades offshore con el fin de ocultar tu dinero en el extranjero. Lo curioso en este caso es que ganamos si logramos evadir impuestos, es decir, ubicar exitosamente nuestro dinero en paraísos fiscales.

Desde las teorías de la gamificación se entiende que el objetivo principal de estos proyectos es lograr el involucramiento del usuario en la historia que se quiere contar. Es decir, “aumentar la comprensión y sensibilidad hacia aquello que se explica” (Domínguez, 2013, p. 110). Aún así, queda por explorar sus implicaciones a nivel de la recepción. Es decir, qué nivel de comprensión realmente adquieren las audiencias sobre hechos de relevancia social. Una hipótesis- que entendemos será importante para continuar trabajando en el futuro- es que la gamificación profundiza la tendencia de los medios a construir información socialmente necesaria en clave de entretenimiento. La propuesta no es condenar el contenido gamificado pero comprender sus alcances y sus limitaciones.

149 Cabe advertir que actualmente varias historias no están disponibles lo que muestra lo efímero y/o poco estables de estos proyectos.

150 RTVE y Documentos TV, España, 2014. <http://lab.rtve.es/montelab/>

151 En colaboración con Le Monde, 2016. <https://www.icij.org/investigations/panama-papers/stairway-tax-heaven/>

Bibliografía

Bogost, Ian; Ferrari, Simon; Schweizer, Bobby (2010). *Newsgames. Journalism at play*. Cambridge: The MIT Press.

Deterding et al. (2011). Gamification: Toward a Definition.

<http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/02-Deterding-Khaled-Nacke-Dixon.pdf>

Domínguez, E. (2013). "El periodismo inmersivo digital: sentir y jugar". En *Periodismo inmersivo: Fundamentos para una forma periodística basada en la interfaz y la acción* [Tesis Doctoral]. Facultad de Comunicación Blanquerna. Universidad Ramón Llull.

Gifreu, Arnau (2012). "Nuevo Modelo de No Ficción interactiva Móvil. Caracterización del reportaje y el documental Interactivo", en *M-Todos. Tendencias y Oportunidades de la Movilidad Digital*, pp 59-66.

Recuperado de

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo;jsessionid=51B9CB65639F1302FE2A8CB2B38B28A4.dialnet01?codigo=4555307>

Grifeu-Castells, A. (2016) "Inmersión en narrativas interactivas y transmedia" En *Transmediaciones*. Buenos Aires: Futuribles. Parmenia Grupo Editorial.

Gaudenzi, Sandra (2013): *The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary*, Tesis doctoral, Goldsmiths, Universidad de Londres. Recuperado de <http://research.gold.ac.uk/7997/>

Hansen, Kathleen A.; Paul, Nora (2010). "News-focused game playing: Is it a good way to engage people in an issue?". *Nieman reports*, v. 64, n. 2, pp. 54-57.

Recuperado de <http://niemanreports.org/articles/news-focused-game-playing-is-it-a-good-way-to-engage-people-in-an-issue>

APROXIMACIONES AL FUNCIONAMIENTO DISCURSIVO DE NARRATIVAS BOOKTUBERS

Cruz, Paula Andrea

UNSa / sechum@unsa.edu.ar

Díaz, Joaquín María

UNSa / joaquinmdiaz@gmail.com

Martínez, José María

UNSa / josem92martinez@gmail.com

Palabras claves: cibercultura; jóvenes; discurso audiovisual; video-reseñas; crítica literaria

Como consecuencia de la revolución tecnológica, los nuevos modelos de producción se asientan en tecnologías destinadas a la generación de saberes, el procesamiento informativo y la comunicación del conocimiento mediante símbolos que establecen nuevas praxis en una "cibercultura" (Lévy, 2007) en la que lo inminente resulta uno de sus rasgos distintivos (García Canclini, 2010) junto a dinámicas de colaboración y participación (Jenkins, 2008).

En este contexto, surgen los booktubers, jóvenes amantes de la literatura que se dedican a comentar sus lecturas literarias y a promocionar libros mediante video reseñas que suben a sus canales de You Tube. En este trabajo, nos interesa establecer las notas diferenciadoras de estos nuevos géneros discursivos y el modo en que impactan en el campo cultural, en general, y en la crítica, en particular. Por tal motivo, desde un enfoque sociodiscursivo, se analizarán tres video-reseñas de booktubers de Argentina haciendo foco en sus elementos comunicativos y estéticos, sus circunstancias de enunciación y sus funcionamientos discursivos para entender tanto los modos en que los jóvenes producen significados como sus implicancias en el campo cultural.

Estamos frente a sujetos participativos, que exigen más vías de participación al proponer sus propias agendas mediáticas. Para Sibilia (2008), estas redes digitales no son sólo formas novedosas de comunicación sino tecnologías que habilitan nuevos modos de representación de los sujetos cuyas prácticas en el entorno virtual se enlazan con lo social. Estas tecnologías, en tanto espacios de identificación colectiva, hacen posible la circulación de narrativas de la vida pública y privada, las que configuran un sujeto contemporáneo vinculado íntimamente con un

contexto histórico limítrofe que puede entenderse como “un corte en la historia, un pasaje de cierto régimen de poder a otro proyecto político, sociocultural y económico” (Sibila, 2008, p.19).

Sibilia reconoce que con la cultura digital se produce una mutación esencial de las subjetividades. Mientras que en la modernidad éstas se constituían a partir de una tajante escisión entre la vida privada y la vida pública, en la actualidad emerge un tipo de yo preocupado por “poner en escena constantemente su personalidad, pero sin diferencias claramente entre los ámbitos público y privados de la existencia” (Sibila, 2008, p.284). Las narrativas del yo que pululan en Internet exteriorizan la vida íntima, hacen público el secreto, exhiben el detalle. La alteridad, la mirada del otro, resultan entonces los ejes de legitimación de estas narrativas.

Desde distintas perspectivas, se han encarado estudios que abordan la relación de los sujetos con las pantallas. Muchos de ellos certifican la conformación de nuevas grupalidades o “ciberculturas juveniles” (Urresti, 2008) advirtiendo en ellas modos inéditos de apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación (Igarza, 2009) que en el Siglo XXI han alcanzado niveles de sofisticación impensados.

Dentro de estas nuevas grupalidades se encuentran los booktubers, que se dedican a subir a sus canales de You Tube video- reseñas con la crítica de los libros que leen. Los primeros booktubers fueron jóvenes del Reino Unido mientras que en Latinoamérica es México, en 2012, el primer país en imitar esta práctica de la mano de Fátima Orozco.

Como una primera aproximación a las narrativas booktubers, se analizaron tres video reseñas de las booktubers argentinas Giuliana Giamone, Lucía Arenas y de la joven apodada “Tormenta literaria”. Las video-reseñas fueron abordadas a partir de una matriz de análisis adaptada de la propuesta por Francisco Albarello para su investigación sobre narrativas transmedia. Nos centramos en las piezas comunicacionales y dado que esta investigación se enmarca en otra mayor dejamos de lado el análisis de las circunstancias de producción y de recepción debido a los límites establecidos para este trabajo y no porque consideráramos irrelevantes dichos abordajes.

En este contexto, Giuliana Giamone reseña la novela de Lockhart titulada “Éramos mentirosos”; Lucía Arenas hace lo propio con la novela autobiográfica “Para acabar con Eddy Bellegueule” de Edouard Louis, ambas de Editorial Salamandra y finalmente Tormenta literaria comenta el libro de Koushun Takami “Battle Royale” de Editorial Booket. Las video reseñas tienen una duración de 3:42 minutos, 02:38 minutos y 06:10 minutos, respectivamente.

Del análisis de los casos, se desprenden las siguientes consideraciones:

-En todos los casos se configuran enunciadores pedagógicos que guían, orientan y se colocan en una relación de asimetría frente a sus seguidores. Construyen una imagen positiva de sí mismos al destacar sus competencias culturales. Así, en el caso de Giuliana, dedica varios minutos a explicar la noción de plot rotation, término en inglés que significa “giro de trama” dando por sentado que los destinatarios no tienen idea de esta terminología que, desde su mirada, constituye el aspecto esencial de por qué es conveniente leer el libro de Lockhart. Por su parte, Tormenta Literaria enfatiza “Yo soy muy crítica con los libros” recurriendo a la primera persona del singular en todo momento para señalar que se hace cargo de sus dichos. También Lucía se dirige a los posibles lectores del libro que promociona advirtiéndoles que, frente a las actitudes del personaje de “Battle Royale” “no lo podemos culpar”.

-En relación a las modalidades de interacción, se percibe que las tres booktubers estudiadas interpelan a su audiencia indicándole la necesidad de suscribirse a sus canales, darle like a sus publicaciones y seguirlos en todas las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, Blog, Snapchat).

-El análisis de la imagen y del lenguaje de la cámara muestra que la mirada a esta última es la opción más recurrente, alternan el plano pecho con el plano medio, la angulación es normal, el movimiento de la cámara es fijo con recurrencia al paneo. Los planos muestran a las booktubers delante de bibliotecas o estantes con libros e imágenes dentro de sus cuartos. Solo en un caso aparecen inserts con imágenes fotográficas de los personajes de los libros y un trabajo de edición que quita el color ante el error de pronunciación del autor del libro.

-El análisis del sonido deja entrever que en los tres casos la calidad es aceptable. Por lo general no hay sonido ambiente ni música, solo en un caso se registra una música instrumental. Dos de las booktubers hablan rápido mientras que la tercera adopta esta característica recién al final de la video reseña. Del mismo modo, su volumen de habla es bajo a diferencia de las otras. Coinciden las tres en el uso de un registro español rioplatense y la incorporación de vocablos de habla inglesa.

-El análisis del contenido arroja que se reseña un libro por booktuber, todos en idioma español y se hace referencia a la editorial solo en un caso. Sobre las reseñas, todas poseen un tono impresionista que se caracteriza por adjetivos afectivos y evaluativos axiológicos como: *genial*, *maravilloso*, *buenísimo*, *bastante crudo* y modalizaciones del tipo *super bien narrado* que demuestra un registro coloquial y propio de la jerga juvenil. Dos de las reseñas se centran en el argumento y en los efectos que éste produce

en sus autoras, de ahí la presencia de verbos de juzgar que implican una evaluación axiológica: *te hace pensar, yo amé ese libro, me encantó*, etc. y que le imprimen un tonalidad autorreferencial. La opinión del libro se expresa con una calificación y no agrega información extra.

Quizás en ese grado de seguridad que proyectan las booktubers estudiadas y que se ve respaldado por el recurso del lenguaje audiovisual resida la explicación de por qué éstas y sus pares son buscados por las empresas editoriales para la difusión de sus libros. Lo cierto es que los booktubers se han convertido en mediadores literarios de gran notoriedad que ponen en jaque a la crítica periodística o académica. Más que cuestionar sus lecturas y sus formas de elaborar una crítica, habría que pensar por qué los libros seleccionados no forman parte del canon escolar y por qué la cultura de la imagen los seduce al punto de abrir sus espacios íntimos para difundir sus impresiones sobre una obra literaria. Una breve exploración de estas cuestiones podría aportar elementos para repensar el campo cultural actual como espacio donde convergen nuevas identidades digitales y nuevas formas de circulación del libro.

Bibliografía

García Canclini, N. (2010). *La sociedad sin relato. Antropología y estética de la inminencia*. México: Katz.

Igarza, R. (2009). *Burbujas de Ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: La Crujía.

Jenkins, H. (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. México: Anthropos.

Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Urresti, M. (2008). "Nuevos procesos culturales, subjetividades adolescentes emergentes y experiencia escolar" en Tenti Fanfani, E. (Comp.). *Nuevos Temas en la Agenda de Política Educativa*. Buenos Aires: Siglo XXI. 53-64.

LA COMUNICACIÓN DIGITAL COMO ESPACIO DE INTEGRACIÓN CULTURAL. LA MOVILIDAD DE ESTUDIANTES DE GRADO EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO CUARTO

Durán Ijelchuk, Eliana Cecilia

UNRC - UNLP / eduran@rec.unrc.edu.ar

Kenbel, Claudia Alejandra

UNRC - UNLP / claudiakenbel@yahoo.com.ar

Palabras claves: internacionalización de la educación superior; cooperación Internacional; cultura institucional; espacios de comunicación digital

Esta investigación se enmarca en la realización de un Trabajo Integrado Final de la Especialidad en Comunicación Digital de la Universidad Nacional de La Plata.

Problema

Las acciones de comunicación digital desarrolladas desde el área de cooperación internacional de la Secretaría de Posgrado y Cooperación Internacional de la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC) en los últimos dos años ¿tienden a una integración cultural con las Universidades del extranjero, y a la cooperación al interior de la UNRC?

Antecedentes

Como antecedentes a tener en cuenta, se puede retomar en primer lugar el análisis realizado por el Prof. Fabio Dandrea, actual Decano de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de Río Cuarto, acerca de las características que asume la movilidad docente y estudiantil en la Universidad Nacional de Río Cuarto, quien apunta al formato bajo el cual se manifiestan estas acciones en la institución, e identifica un necesario cambio cultural en el ámbito universitario local al expresar que:

“La Universidad Nacional de Río Cuarto, en la actualidad, experimenta un progresivo incremento en el desarrollo de estas actividades. Las particularidades de su expresión, sin embargo, demandan aún una transformación de cultura institucional a los efectos de una efectiva dinámica de

Internacionalización de la Educación Superior” (Dandrea, 2015: 104).

Además, hace hincapié en la necesidad de un tratamiento adecuado de estos procesos desde la administración:

“El tratamiento institucional de la movilidad estudiantil puede determinar el éxito o el fracaso de la actividad. Una institución que promueve esta dirección pero no implementa luego los mecanismos de reconocimiento que permitan el aprovechamiento de lo actuado por los alumnos en el exterior no contribuye a consolidar un proceso de Internacionalización de la Educación Superior. Por el contrario lo relega en sus proyecciones.

Sin embargo, para aquellas instituciones que experimentan la movilidad estudiantil como una actividad reciente e inaugural, la progresión en la implementación de una mecánica óptima no siempre resulta dinámica. Se trata una vez más, de transformar estructuras a nivel de cultura institucional.” (Dandrea, 2015: 167)

Sus análisis fueron realizados entre los años 2015 y 2016 en publicaciones respecto a la Internacionalización de la Educación Superior y la UNRC, en donde examina la vinculación entre la Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina) y la Universidade Federal do Parana Setor Litoral (Brasil), a partir de la implementación del Programa de Intercambio Universitario Académico de Grado en español y portugués del Mercosur (Programa de Internacionalización de la Educación Superior y Cooperación Internacional de la Secretaría de Políticas Universitarias – SPU -, año 2011).

A partir de este antecedente, se puede pensar no solo en los alumnos de grado movilizados en programas de intercambio, sino también en otro tipo de público de esta organización: el público interno de la Universidad (tanto los integrantes de la Secretaría de Posgrado y Cooperación Internacional, como miembros de otras Secretarías y de las Facultades de la Universidad, implicados en la gestión de movilidad de estudiantes de grado).

Otro antecedente a tener en cuenta, es un trabajo realizado por alumnos de cátedra Planeamiento (6158) de la Carrera Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Humanas de la UNRC, en el cual se realiza un diagnóstico de Comunicación en la Secretaría de Posgrado y Cooperación Internacional, que detectó, entre otros aspectos, un escaso aprovechamiento de aquellos espacios físicos y virtuales a través de los cuales, los alumnos que venían del extranjero podían entablar un vínculo cooperativo con los actores universitarios locales (docentes, administrativos, compañeros, etc.).

Por último, cabe mencionar acciones de comunicación digital que he desarrollado en la secretaría en el marco del cursado de esta Especialidad en Comunicación Digital.

Se trata, por un lado del Trabajo Final de la cátedra “Taller de análisis de producciones multimediales” realizado en febrero del año 2016, en el cual se realiza un análisis del sitio web de la Secretaría vigente en ese momento, a partir de los contenidos desarrollados en los encuentros del taller, y de una matriz de análisis de productos digitales proporcionada por la cátedra.

Por otro lado, el trabajo final de la cátedra “Diseño Digital Interactivo”, realizado en diciembre de 2015, en el cual elabore un plan de diseño de comunicación digital que comprendió un pre-diagnóstico y una propuesta de estrategia comunicacional para los canales de comunicación digital existentes. En el pre-diagnóstico de este trabajo detecté como puntos débiles en la Secretaría, entre otros, una falta de organización en la coordinación de movilidad estudiantil, y una escasa participación de los públicos en la Página de Facebook de la Secretaría (Creada a principios de 2015). Como líneas de acción para hacerles frente confeccioné una planilla de comunicación interna en la que se sintetizan las tareas a desarrollar para llevar a cabo el proceso de movilidad de estudiantes de grado de la UNRC, con plantillas de información a utilizar en los distintos pasos de la coordinación de movilidad estudiantil, y propuse una estrategia de contenido para utilizar en la Red Social Facebook, específicamente para la difusión de las convocatorias de movilidad estudiantil del primer semestre del año 2016.

Metodología

Para realizar la evaluación de comunicación digital planteada se realiza una triangulación de datos (al investigar a diferentes grupos/públicos dentro de la organización), y una triangulación metodológica inter-métodos a nivel de recolección de datos, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas, según corresponda en cada caso detallado a continuación:

Se utiliza como técnica de recolección de datos la entrevista de respuestas abiertas para analizar la experiencia de los miembros de la Secretaría en la gestión de movilidad de estudiantes de grado, la experiencia de los alumnos de grado movilizados y la atención recibida en la UNRC, así como encuestas semi-estructuradas, administradas a través de Internet, a alumnos que hayan participado de convocatorias de movilidad estudiantil del programa Criscos.

En cuanto a los espacios de comunicación digital utilizados, se utilizará la técnica de observación a partir de una matriz de recolección de datos que incluya los siguientes aspectos: ¿Qué se comunicó? (acciones comunicadas, contenido publicado y temáticas abordadas), ¿Cómo se comunicó? (metodología de trabajo empleada, lenguaje utilizado, frecuencias, características de las publicaciones, recursos, herramientas y aplicaciones utilizadas), ¿A

quiénes? (público objetivo y sus características), ¿Con quiénes? (diálogos establecidos, interacción con los usuarios en lo que respecta a los hábitos de respuesta, tono empleado en la relación, mensaje). Esta matriz se utiliza con los siguientes espacios de comunicación digital utilizados por la organización: sitio web, correos electrónicos, productos gráficos digitales, red social Facebook. Se analizará también la efectividad de la información transmitida, así como la redacción y diseño, de los productos gráficos digitales elaborados desde la Secretaría, específicamente una guía del estudiante de cooperación internacional de la UNRC, distribuida a través del sitio web de la Secretaría y en la red social Facebook, en la cual se brinda a los estudiantes extranjeros la información necesaria antes de viajar a nuestro país.

Para el planteamiento de lineamientos estratégicos de comunicación digital se analizarán los datos recolectados a través de una Matriz FODA, una construcción que se realiza en función de los datos y percepciones actuales de la situación particular objeto de análisis, a partir de un cuadro en el que se analizan los factores positivos y negativos por un lado y los factores externos e internos por otro. La sigla responde a las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Bibliografía

Arán, Alejandro, Salinas, Guillermo y Scodelari, Marcos (2012). Trabajo final de cátedra Planeamiento de la Carrera Comunicación Social de la Universidad Nacional de Río Cuarto.

472 Dandrea, Fabio... et al. Articulación Lingüística y Cultural Mercosur 1: el rol del Español Lengua Segunda y Extranjera en los procesos de internacionalización de la Educación Superior. – 1ª ed. – Río Cuarto: UniRío Editora, 2015.

¿HIPERVÍNCULO O DESVÍNCULO?: LA INDIVIDUALIZACIÓN Y LAS RELACIONES INTERPERSONALES

Leblebidjian, Lourdes

FCC - UNC / lululeble@gmail.com

“El sistema divorcia la emoción y el pensamiento como divorcia el sexo y el amor, la vida íntima y la vida pública, el pasado y el presente”.

Eduardo Galeano

Palabras claves: sociedad; modernidad; relaciones; individualismo; amor

Para abordar un fenómeno es indispensable situarlo en el contexto donde se desarrolla, por ende para entender el individualismo, si bien se presenta de distintas maneras a lo largo de la vida de los individuos, me voy a centrar en su manifestación en la sociedad moderna. Ulrich Beck, sociólogo alemán, define a la sociedad moderna como un proceso de renovación independizado, una modernidad que envejece transformándose en una sociedad de riesgo. Esto es una etapa de la modernidad donde los riesgos generados por la misma renovación se sustraen a las instituciones de control de la sociedad industrial.

Beck expone tres esferas que en las cuales se pueden vislumbrar los cambios de dicha sociedad: la primera se trata de la relación de la sociedad moderna industrial con los recursos naturales y culturales; la segunda tiene que ver con la relación de la sociedad y los peligros que se generan en ella, y por último el proceso de individualización. Cuando menciona la individualización hace referencia al individualismo institucionalizado, en donde las instituciones esenciales, se orientan hacia el individuo y no hacia los grupos. Esto está ligado con el desencantamiento, disolución de referencias o fuentes colectivas, grandes relatos políticos ideológicos del siglo XX, que desaparecieron. Y de esa manera recae sobre individuo el trabajo de definición de su identidad, de sus gustos, de su trabajo y educación, de su familia o grupo familiar.

El sociólogo alemán sostuvo que la individualización se convierte en “la estructura social” de la segunda sociedad

moderna (Beck, 2003; 30) La segunda modernidad se caracteriza por la presencia del individuo en una era de flujos, de sistemas no lineales. En este contexto se da un “outsourcing” de funciones, operaciones e instituciones, esto quiere decir una desestructuración, una descentralización de funciones que antes las asumían ciertas instituciones, como por ejemplo el Estado, la familia, el mercado. Ante esto el individuo, expone Beck, es “un buscador de reglas”, donde predomina la incertidumbre y el riesgo. En una sociedad dominada por la individualización, los sujetos o individuos se ven obligados a desarrollar respuestas biográficas a cuestiones que antes era resueltas por el sistema social, esas respuestas biográficas hacen que cada cual se haga cargo de sus propios asuntos y necesidades.

Sin embargo hay que rescatar tal como lo explica Beck que el individualismo si bien puede considerarse un peligro para la sociedad, es a la vez una característica de una sociedad diferenciada y hace posible su integración.

La individualización es un destino, no una elección, explica en el prefacio de Zygmunt Bauman de libro “Individualización”. Esta es la meta que la segunda modernidad impulsa y legitima como el éxito. Lo cual afecta directamente a la manera de relacionarse de los sujetos. Ulrich Beck y Elisabeth Beck-Gernsheim en *Der ganz normale Chaos der Liebe* mencionan “el completamente normal caos del amor”. En la sociedad actual el amor no se queda al margen ni ajeno a las transformaciones sociales. El amor, como explican los autores, puede resultar caótico, en un primer momento, ya que finalmente se normaliza y acepta esta manera.

En estas nuevas relaciones en una sociedad donde prima el individualismo y la autosuficiencia, queda totalmente en extinción la obligación mutua. Beck menciona el ejemplo de la lavadora de Jean-Claude Kaufmann. Este autor va a preguntarse qué es lo que constituye a una pareja cuando el matrimonio casi no existe, y la respuesta es que una pareja surge cuando dos personas compran juntas una lavadora en vez de comprar cada uno la suya, ya que aquí comienza el conflicto de la ropa sucia. Es en este claro ejemplo de una pareja de la segunda modernidad donde muchas veces el compartir con otro de manera cotidiana resulta incómodo y hasta puede acabar en la separación, es decir la búsqueda de la individualización por ambas partes de la pareja lleva al fracaso de la relación.

Estas transformaciones sociales que modifican la manera de relacionarse entre los sujetos, dándole más autonomía pero al mismo tiempo impulsando una vida del individuo más en soledad, están tan inmersas en nuestra cotidianeidad que es difícil identificarlas o identificarnos con ellas. La película inglesa *Her* es un claro ejemplo de representación ficcional de un futuro no tan lejano en donde la gente está cada vez más fusionada con la tecnología. Se trata de un futuro donde

los hombres están cada vez más solos -así lo deja ver varias veces la película-, interactúan poco con su entorno pero sí mucho con un sistema operativo, al punto de enamorarse de éste. La película se centra en contar esta historia de la relación amorosa que se desarrolla entre el protagonista y un software. Theodore, el protagonista, es un solitario escritor que trabaja escribiendo cartas de amor, felicitación y saludos para otros. En la película las personas y sobre todo el protagonista, Theodore, están en constante interacción con sus sistemas operativos hasta el punto tal que se olvidan que estos son máquinas y no personas reales. La experiencia virtual se vuelve tan real que amenaza con introducirse en la sociedad y modificar todas sus normas y valores. En efecto así sucede. También se llega a un punto de confusión extremo en el cual el usuario considera a la máquina como otra persona ya que ésta, “siente” cosas como placer, deseo, amor.

En la dimensión de las instituciones, estas parece que no ocupan un lugar central en la vida de los personajes. Las relaciones con la familia eran distantes. Además, generalmente las conversaciones estaban mediadas por celulares, tabletas, etc. Tomando estas instituciones y como se muestran en la película como el caso de la familia podría considerarse una “institución zombie” como plantea Ulrich Beck. El autor habla de categoría de zombies e instituciones zombies, que están muertas y todavía vivas.

Podemos ver actualmente como se llevan a cabo las relaciones amorosas entre humanos mediados por aplicaciones y/o redes sociales. Tinder, Happn, Badoo, Lovoo, son algunos de los sistemas que presentan un servicio a través del cual la gente puede elegir una persona y luego si fue correspondido a través de un “match”, en el caso de Tinder, daría inicio a la posible relación. Happn, mientras es un tipo de aplicación que permite poder identificar y reconocer una persona que la gente se cruzó en la calle, colectivo. Para ello es necesario que la otra persona también posea la aplicación y poder detectar a aquellas personas que están cerca. Para analizar esto es preciso retomar aquello que plantea Bauman en su obra “Amor líquido”, donde compara el establecimiento de una relación como la compra de un producto. De esta manera el amor es a la carta, se puede elegir las distintas personas disponibles en la aplicación, se prueba y luego si esto no resulta se descarta y se continúa probando otro.

Las conexiones demandan menos tiempo y esfuerzo para ser realizadas y menos tiempo y esfuerzo para ser cortadas. La distancia no es obstáculo para conectarse, pero conectarse no es obstáculo para mantenerse a distancia. Los espasmos de la proximidad virtual terminan idealmente sin dejar sobras ni sedimentos duraderos. La proximidad virtual puede ser interrumpida, literal y metafóricamente a la vez, con sólo apretar un botón. (Bauman, 2003: 61).

Conclusión

En una sociedad donde la individualización se presenta en todos sus ámbitos, los ciudadanos viven en una era de flujos, de manera solitaria. Las instituciones, siguen presentes pero sin el peso y el valor que antes desplegaron, ahora se dirigen no hacia una comunidad sino hacia el sujeto. En esta lógica el amor está modificando sus pautas de comportamiento y de acercamiento. Uno de los riesgos de la sociedad industrial es el gran desarrollo de la tecnología, que hoy se constituye como *el cupido del amor*, es decir el intermediario de las relaciones interpersonales de la sociedad moderna. Con el progreso de las nuevas tecnologías, en este caso aplicaciones como Tinder, Happn, se privilegia la imagen y colabora mucho más en la conquista la pantalla táctil y un «me gusta». De esta manera se busca descomplejizar las relaciones sociales y se transforman en algo pasajero, líquido y cambiante.

Así sin darnos cuenta se generan dos realidades que habita el individuo, que se pueden ver en la película Her, una realidad y personalidad *on line* y otro *off line*. En la realidad *online*, una pantalla es nuestro escudo y a través de un teclado hablamos, escribimos y nos mostramos creando un perfil con aquello que cada uno quiere exhibir, incluyendo nuestras mejores fotos y una biografía de nuestra vida resumida en 200 caracteres. Como explica Bauman “la proximidad virtual logra desactivar las presiones que suele ejercerla cercanía no-virtual”. (Bauman, 2003:61)

Mientras la realidad offline, implica asumir el riesgo de salir de la pantalla, y conocer a la persona cara a cara, dejandola ver toda, sus gestos, su voz, sin ningún filtro.

Bibliografía

Bauman, Z. (2003). Amor líquido. España: Fondo de Cultura Económica.

Beck-Gernsheim, U. B. (2003). La individualización: el individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas. España: Barcelona : Paidós Ibérica, 2003.

Beck, Ulrich (1999) La invención de lo Político. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica (1993)

LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA: TELEFONÍA MÓVIL Y PERIODISMO MÓVIL

García Lucero, Dafne

FCC - UNC

Koci, Daniel Alejandro

FCC - UNC / UNVM

Cipolla, Francisco

FCC - UNC

Nadalín, Silvia Cristina

FCC - UNC

Oliva, Alexis Darío

FCC - UNC

Roldán, Alejandro Raúl

FCC - UNC

García, Rodrigo

FCC - UNC

Muñoz, Douglas David

FCC - UNC

Salas, Maximiliano

FCC - UNC

Palabras claves: telefonía móvil; periodismo móvil; nuevos medios de comunicación; actividad profesional del periodista; acceso a la información periodística

Dentro de los avances tecnológicos del siglo XX en materia comunicacional destacamos el desarrollo del teléfono y como uno de los más relevantes de las últimas décadas, la telefonía móvil. Tan es así, que su aparición y consolidación ha modificado nuestra cotidianeidad de manera permanente. En sus comienzos, el teléfono permitió extender las posibilidades comunicativas entre las personas más allá de las distancias. Así, la comunicación interpersonal que siempre había requerido de la gestualidad y del contexto, ahora es posible gracias a la primacía de la oralidad. Los usos del teléfono móvil se han multiplicado, superando la función básica de

comunicar. Ha dejado de ser un medio de comunicación a distancia, como lo fuera el teléfono de Graham Bell. En la actualidad, potencia funciones combinándose con una agenda, una computadora, una cámara de fotos, una filmadora, un equipo de juegos y otro de acceso a internet. Esta evolución polifuncional hace imprescindible considerar la necesidad de la pantalla como dispositivo. Este soporte tradicionalmente relacionado al cine y a la televisión, y más recientemente, a internet, ahora excede sus propios límites.

Asistimos a una comunidad interconectada cuya singularidad fundamental viene determinada por la movilidad. Las pequeñas pantallas y los teléfonos móviles se constituyen artífices dentro del nuevo ecosistema de medios. En un contexto dominado por la movilidad aparecen cambios que se vinculan al espacio de consumo de la información y surgen nuevos contornos que sugieren repensar estrategias a partir de las cuales poder readaptarse con facilidad.

Estos modernos escenarios demandan contenidos breves, sencillos, claros y concisos, capaces de ser visualizados en un espacio muy breve de tiempo. La lógica de *always on* (siempre conectado) altera los tradicionales ámbitos en los que se empleaban las tecnologías y surgen nuevos contextos de consumo.

De este modo, el periodismo vive un proceso de cambios e innovaciones que repercuten directamente en los contenidos, en los profesionales y en los propios usuarios. Aunque la esencia, las propiedades y la ética de la profesión periodística se mantengan inmutables, es cierto que el nuevo escenario, dominado por la información ubicua y los dispositivos multiplataforma, requiere una conversión de la naturaleza de la información.

En el mismo sentido, Sánchez y Aguado opinan que la llegada del teléfono móvil provoca una transformación en el concepto original de periodismo desde el punto de vista de la estructuración, con el surgimiento de nuevas modalidades expresivas, aunque destacan que la manera de producir información sigue siendo la misma (Sánchez y Aguado, 2010: 6 citado por Ulloa Erazo y Rodríguez, 2014: 391)

El periodismo móvil puede entenderse desde el punto de vista de la generación de contenido noticioso usando móviles, y también desde la utilización de los móviles como canal de distribución de la información. Bajo la primera acepción, se hace referencia al “tratamiento de la información periodística que permite el envío y la recepción online de textos, imágenes estáticas (dibujos, fotografías, infografías, etc.), imágenes dinámicas y sonidos de manera integrada, así como la participación de los ciudadanos, convertidos en generadores y evaluadores de contenidos, todo ello utilizando las posibilidades tecnológicas de la (última) generación de la

telefonía móvil” (NORIEGA Y COBOS, 2013: 51 citado por Colle: 2013)

Los dispositivos móviles disponen de características específicas que conviene mencionar: Geolocalización, contexto, compartir, integración, distribución, hacer seguimiento. (ESPINOZA, 2011 citado por Ulloa Erazo y Rodríguez, 2014: 394)

En consecuencia, los adelantos tecnológicos, la accesibilidad de los teléfonos móviles y sus aplicaciones, nos presentan un panorama novedoso con múltiples aristas por analizar. En ese sentido, los nuevos usos y costumbres atribuidos al teléfono móvil nos permiten preguntar acerca de su potencial como medio masivo de producción y circulación de contenidos periodísticos.

A partir de lo expuesto, también se justifica la indagación sobre los cambios en las rutinas periodísticas, las potencialidades y limitaciones que experimenta el perfil profesional del periodista en el entorno móvil a nivel legal, técnico y de manejo de la información.

Bibliografía

COLLE, Raymond (2013) compitador. Hacia el Periodismo Móvil. Revista de Mediterránea de Comunicación. Santiago de Chile, Chile.

ULLOA ERAZO, Nancy Graciela y SILVA RODRÍGUEZ, Alba (2014) “La influencia de las redes sociales en las versiones móviles de los medios digitales”.

CÓMO UTILIZAR EL BIG DATA PARA CONSTRUIR UNA NARRATIVA TRANSMEDIA PERSONALIZADA: EL CASO *STRANGER THINGS*

Kuris, Melissa

USAL / melissakuris@hotmail.com

Palabras claves: big data; narrativa transmedia; stranger things; análisis de datos; convergencia cultural

Las narrativas transmedia cambiaron la forma de contar historias. Atrás quedaron los procesos lineales que

eran meras adaptaciones de un formato a otro. Ahora las narrativas se expanden a través de las plataformas, se complementan y buscan crear una nueva manera de contar que si bien en un comienzo es generada por una industria -ya sea literaria, cinematográfica, de videojuegos-, puede continuar expandiéndose a través de las creaciones de sus fanáticos. (Scolari, 2013)

Carlos Scolari (2013), uno de los mayores exponentes de las narrativas transmedia en los últimos años, define a esta forma de contar como “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión”. (p.46) Pero ese rol activo no siempre tiene que ser consciente. No es requisito excluyente que el prosumidor produzca un fanfic o un fanart, sino que ese rol puede venir de la mano de los datos que genera.

Cuando un usuario navega a través de Internet va dejando sus huellas en cada acción -cada click- que realiza. Las reacciones que hace -o que deja de hacer- en las redes sociales, sus búsquedas de Google, las páginas o cuentas que sigue, generan un conjunto de data que es recopilada por las distintas aplicaciones y quedan almacenadas a la espera de un interesado que quiera analizarlas.

El término “big data”, propuesto por primera vez por Michael Cox y David Ellsworth en su artículo titulado “Application-controlled demand paging for out-of-core visualization”, hace referencia no solo a las grandes cantidades de conjuntos de datos, sino también a la manera de analizar y actuar en base a las interpretaciones formuladas. (Marr, 2017)

A través del análisis de big data se puede ordenar información, contar historias -muchas investigaciones periodísticas surgieron a través de la clasificación de datos- e incluso crear experiencias personalizadas, como se propone demostrar esta investigación. Mediante la triangulación entre el análisis documental y el de contenido -a partir del caso “Stranger Things”-, la presente ponencia buscará indagar sobre los posibles usos del big data en la construcción de una narrativa transmedia personalizada.

El caso *Stranger Things*

Cuando *Stranger Things* estrenó su segunda temporada en octubre de 2017, decidió hacerlo a lo grande. La serie del grupo de amigos que se ve envuelto en una seguidilla de misterios que rodean a su pueblo fue lanzada en Netflix al mismo tiempo que una novedosa iniciativa. Se trataba de una trivia para saber a qué personaje de la historia se parecía el usuario, pero no lo hacían con el modelo clásico de preguntas y respuestas, sino a través de su cuenta de Spotify.

Al aceptar las condiciones y conectar su cuenta con la página de la trivia, el usuario le permitía al administrador acceso inmediato de los datos recopilados por la aplicación de música -playlists más escuchadas, géneros más explorados- y a partir del análisis de los mismos entregaba como resultado un personaje. Si el usuario era fanático de los temas románticos o de grandes artistas femeninas (Cher, Taylor Swift, Diana Ross, para nombrar a algunas), probablemente obtendría al personaje de Nancy como resultado. Si en cambio era más partidario del heavy metal, las chances eran que obtuviera al Demogorgon, el monstruo que funciona como una especie de villano dentro de la serie. En total eran 13 los resultados que se podían obtener.

Cada personaje era acompañado de una propia playlist personal en la que a través de sus canciones -que seguían el estilo de las preferencias de cada usuario- se podía continuar la experiencia de “Stranger Things”. En las listas musicales nada fue dejado al azar, los títulos o las letras de las canciones estaban íntimamente relacionados con algunos momentos de la serie, desde el desarrollo del personaje hasta sus sentimientos y acciones. El resultado era una experiencia narrativa multiplataforma y complementaria en la que la audiencia del show de Netflix podía seguir en el mundo de la historia mediante un producto que se adaptaba a sus propios gustos.

Utilizando este caso como base, esta investigación se propone construir los lineamientos para una narrativa transmedia personalizada que, gracias al uso y el análisis del big data, pueda darle a cada consumidor una experiencia personal acorde a sus intereses y preferencias.

La presente ponencia se encuadra en el marco de los trabajos realizados en el proyecto de investigación “Big data emocional en tiempos de Netflix y Spotify” radicado en la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social de la Universidad del Salvador en el bienio 2018-2019, que busca analizar cómo las grandes OTT (empresas Over The Top) utilizan el Big Data en las distintas etapas de su cadena de valor.

Bibliografía

- Casado, J. (2017). *Big data, 'machine learning' y marketing exponencial: en busca de la total eficiencia*. Harvard Deusto Márketing y Ventas.
- Dena, C. (2011). Creating Quality Cross-Media Experiences. En Davidson, D. *Cross-Media Communications: an Introduction to the Art of Creating Integrated Media Experiences* (1st ed. pp. 35-37). Estados Unidos: ETC Press.
- Fernández Manzano, E. (Ed.). (2016). *Big data: Eje estratégico en la industria audiovisual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Fernández Manzano, E., Neira, E. y Clares Gavilán, J. (2016). *Gestión de datos en el negocio audiovisual: Netflix como estudio de caso*.



- Igarza, R. (2008) *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. 3.0. Buenos Aires: La Crujía.
- Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: La Crujía.
- Igarza, R. (2012b). Nuevas formas de consumo cultural: Por qué las redes sociales están ganando la batalla de las audiencias. En *Comunicação, Mídia e Consumo* (pp. 59-90). Brasil: Escola Superior de Propaganda e Marketing.
- Jenkins, H. (2001). *Convergence? I diverge* en <https://www.technologyreview.com/>, 1 de junio de 2001. Consultado el 17 de junio de 2017.
- Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling* en <https://www.technologyreview.com/>, 15 de enero de 2003. Consultado el 17 de junio de 2017.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers, and gamers*. New York: New York University Press, pp.178-181.
- Jenkins, H. (2009). *Convergence Culture*. Nueva York: New York University Press.
- Marr, B. (2018). *How Much Data Do We Create Every Day? The Mind-Blowing Stats Everyone Should Read*, *New York Times*. Recuperado de: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/05/21/how-much-data-do-we-create-every-day-the-mind-blowing-stats-everyone-should-read/#2c90aad60ba9>
- Marr, B. (2017). *Beyond de Big Data Buzz: How data is disrupting business in every industry in the world*. Recuperado de: <https://www.bernardmarr.com/img/Beyond%20the%20Big%20Data%20Buzz.pdf>
- Mayer-Schönberger, V. y Cukier, K. (2013). *Big data. A revolution That Will Transform How We Live, Work, and Thin*. Londres: Houghton Mifflin Harcourt.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia*. España: Planeta.
- Scolari, C. (2016). El translector. Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación. En J. Millán, *La lectura en España. Informe 2017* (1ra ed. pp. 175-186). España: Nueva Imprenta, S L.
- Valls, J. P. (2017). *Big Data: atrapando al consumidor*. Barcelona: Editorial Profit.

RECURSOS EDUCATIVOS ABIERTOS QUE PROMUEVEN LA LECTURA REGIONAL

Maldonado, Ana Silvina

FCH - UNSL (amaldonado@unsl.edu.ar)

Rodoni, Cecilia Lorena

FCH - UNSL (crodoni@unsl.edu.ar)

Ortiz, Gisella Sabrina

FCH - UNSL. (gsortiz@unsl.edu.ar)

Palabras claves: digital; enseñanza; aprendizaje; cuentos; adaptación

Primera parte: Recursos educativos abiertos

En la web se pueden encontrar diversos recursos educativos digitales o abiertos (REA) para enseñar, aprender e interactuar con los alumnos, dedicadas exclusivamente a la educación, según Rabajoli e Ibarra (2008),

“Un recurso puede ser un contenido que implica información y/o un software educativo, caracterizado éste último, no solamente como un recurso para la educación sino para ser utilizado de acuerdo con una determinada estrategia didáctica. De esta manera un recurso, conlleva estrategias para su uso. Estas pueden ser implícitas o explícitas o pueden estar relacionadas con el logro de los objetivos, por ejemplo, ejercitación, práctica, simulación, tutorial, multi o hipermedia, hipertexto, video, uso individual, en pequeños grupos, etc.”

Es importante saber identificar las necesidades educativas para hacer el mejor uso de estos recursos, su aplicación en las aulas permite a los maestros innovar en la enseñanza, enriquecer el aprendizaje y adaptarse a los nuevos contextos demandados por los estudiantes actuales. Una de las características relevantes de los recursos digitales educativos, es la posibilidad de interactuar con el contenido;

“no es lo mismo leer un texto impreso cuyo discurso fluye en forma lineal, que leer un texto digital escrito en formato hipertextual estructurado como una red de conexiones de bloques de

información por los que el lector navega eligiendo rutas de lectura personalizadas para ampliar las fuentes de información de acuerdo con sus interés y necesidades.” (Zapata, 2012).

En el caso de los dos cuentos que se adaptaron, el recurso educativo digital utilizado fue “Bookcreator”, una aplicación educativa y gratuita (la cual también tiene su versión web para Google Chrome) utilizada para crear historias, manuales y libros multimediales e interactivos. La interacción está pensada a partir del libro digital generado, el cual nos permite conocer la historia a través de imágenes, videos, sonidos y textos. Se puede seleccionar el color de las hojas, el formato y la cantidad. Una de las ventajas más relevantes de este recurso educativo digital es la posibilidad de compartir y/o descargar las historias, libros, entre otros, a través de un enlace o e-book. Además, al hacer click en la parte superior derecha “read me”, un locutor leerá el cuento a medida que cambiemos la página, teniendo la oportunidad de cambiar de locutor (masculino o femenino). La interfaz de la aplicación es amigable, permitiendo que los alumnos también puedan crear y compartir historias.

El objetivo de implementar el uso de recursos educativos abiertos en las prácticas áulicas de diferentes niveles educativos han sido el foco de análisis en varias investigaciones y los resultados dan cuenta de su uso para lograr un aprendizaje significativo, para motivar a los alumnos, para fomentar la actividad y participación. En lo particular, la propuesta que se presenta es la adaptación de una versión de la obra “El hombre, el tigre y el zorro” compilado por la Sra. Teresa C. de Pérez (el mismo se encuentra en el libro “Folklore puntano” de Jesús Liberato Tobares, 1988) usando como estrategia pedagógica la historia ilustrada. El recurso es una continuidad de la adaptación del fragmento del “Sapo y el avestruz” recogido por la Dra. Berta Elena Vidal de Battini de historias de Don Juan Lucero, narrador del Durazno (Departamento Pringles) que se encuentra en dicho libro de Tobares.

Historia del “Sapo y el avestruz”

https://read.bookcreator.com/KjNCtsdQvQac1qroGuKlq02Uzok1/O8GxtAmVRKKm_aj07onW5w

Historia “El hombre, el tigre y el zorro”

<https://read.bookcreator.com/KjNCtsdQvQac1qroGuKlq02Uzok1/gdKYzKGURFuKFWOmsxyBNw>

Nuestra historia a la escuela

Entendemos por cuento animalístico según Jesús

Liberato Tobares (1988) a aquellos textos literarios donde los actores son animales que asumen papeles de seres humanos.

Siguiendo con dicho autor, la elección del corpus responde a la posibilidad de que este tipo de textos despierta en los niños, el interés y el amor por las cosas de nuestra tierra y/o región; permite vivenciar cosas de su pueblo; permite además brindar información sobre la flora, la fauna, el léxico de su medio geo-histórico-social y además se adaptan a la estructura mental del niño/ adolescente. Por otro lado, el cuento animalístico permite trabajar los conceptos de realidad y ficción. Desde una mirada más amplia, cabe destacar que la Dirección Nacional de Gestión Curricular y Formación Docente dependiente del Ministerio de Educación de la Nación, presenta los Núcleos de Aprendizajes Prioritarios para Nivel Primario (4°, 5° y 6° año) correspondiente al Área curricular Lengua, donde se propone promover:

-La lectura, con distintos propósitos, de textos narrativos, descriptivos, expositivos e instruccionales, en distintos soportes, empleando las estrategias de lectura incorporadas.

-La lectura (comprensión y disfrute) de obras literarias de tradición oral (relatos, cuentos, fábulas, leyendas, coplas, rondas, entre otras) y de obras literarias de autor (novela breve, cuentos, relatos, poesías, canciones, obras de teatro, de títeres, entre otras) para descubrir y explorar –con ayuda del docente– el mundo creado y recursos del discurso literario, realizar interpretaciones personales, construir significados compartidos con otros lectores (sus pares, el docente, otros adultos), expresar emociones y sentimientos; formarse como lector de literatura.

Ante lo expuesto, y aceptando que la educación debe pensarse también en el contexto digital, se propone adaptar un cuento animalístico que se adecue y se ponga en funcionamiento en cualquier establecimiento de la provincia. La población a la que está dirigida la propuesta está formada por docentes y alumnos de 4° grado en adelante, del Nivel Primario de la provincia de San Luis, cuya edad varía entre los 10 a 12 años. Dentro de la factibilidad, se contempla que los estudiantes o la institución deben contar con el material de trabajo necesario (hardware y software). Esto se piensa como realizable ya que tanto a nivel nacional y provincial se han ido implementando diferentes políticas públicas educativas que acercan las tecnologías al aula. En el año 2006, el Ministerio de Educación de la Nación presenta los Núcleos de Aprendizajes Prioritarios (NAP) como una propuesta para unificar los contenidos en el sistema educativo. Dentro de los objetivos en torno a Lengua para el ciclo de la enseñanza primaria, se debe trabajar junto al alumno en textos literarios regionales y nacionales tanto en lectura como en comprensión lectora. A su vez, las propuestas para trabajar en el aula orientadas al

ciclo correspondiente, propone “ampliar el canon escolar incorporando textos y autores tradicionalmente ausentes de los programas y replantear los modos de acceder a la literatura y de favorecer una apropiación a la vez crítica y creativa de los textos por parte de los adolescentes”. Por lo tanto, siguiendo las bases establecidas a nivel nacional, es que se proyectó este trabajo.

En la Provincia de San Luis está vigente la aplicación “Aula 1 a 1” que es un sitio web donde alumnos y docentes de la provincia pueden conectarse, obtener material para las clases, personalizar su espacio virtual y crear conocimientos junto a todos los usuarios que se hayan registrado. Sin embargo, se destaca la importancia que están adquiriendo las tecnologías en la vida social de los sanluisenses a partir de la Ley de Escuelas Digitales aprobada por la Honorable Cámara de Diputados de dicha provincia en el año 2010. Esta ley, en la que aún no se pueden visualizar claramente las ventajas y desventajas, ha sido una iniciativa que no sólo ha permitido que los alumnos cuenten con sus “classmate” sino que comiencen a pensar en una nueva forma de utilizar la herramienta para aprender. Este tipo de proyecto como también el que ha implementado el gobierno nacional (Plan Nacional de Educación Digital Inclusiva), están destinados al nivel primario. Ambas propuestas tienen como objetivo sacar del foco de atención al docente para que el alumno sea el principal benefactor en el proceso educativo. La adquisición de equipos por todas las escuelas del sistema propone acortar la brecha digital, y la incorporación de las TIC asegura de cierta forma, la puesta en marcha de un modelo en el cual el docente facilite el aprendizaje y el alumno esté motivado para lograrlo por sus propias estrategias de aprendizaje.

Por ende, la propuesta de este trabajo es que por medio de la historia ilustrada se puedan generar momentos o poner en juego estrategias de enseñanza innovadoras, diferentes o adecuadas para esta nueva generación de alumnos.

Segunda parte: Historias ilustradas. ¿Cómo llegamos a ellas?

Como estrategia comunicacional para el diseño de esta propuesta, tomamos el concepto de “libro álbum o libro ilustrado”, entendido como aquellos libros de lectura conformados por escritura e imagen (M. Rabasa, M. Ramírez, 2012), en este trabajo no se lo contempla como objeto material maleable, sino que se plasma en un formato diferente: el digital, que nos brinda opciones de lecturas también diferentes.

Lo que se busca es poder contar una historia combinando recursos, en donde la imagen no solo apoya el texto, sino que también es protagonista y ayuda a dar sentido al cuento. Rabasa y Ramírez (2012:29) sostienen que “se

debe considerar al libro álbum como texto/objeto artístico a partir del cual se construyen variados significados, se realizan conexiones, relaciones intertextuales y se establecen ciertas rupturas con las técnicas narrativas habituales”.

Ante esto, nuestra propuesta radica en poder conectar las diferentes formas narrativas, en nuevas ideas educativas mediante la incorporación de las TIC, valorando los intereses de los alumnos y de los docentes, teniendo en cuenta las necesidades curriculares de cada ciclo escolar, que sugieren o recomiendan determinados textos, por lo tanto, esta propuesta se vuelve una opción que no debe ignorarse en la construcción de nuevas lecturas, y que a la vez tienden a ser mucho más amigables. Debemos recordar que el niño, alumno de 4° grado en adelante, ya tiene desarrollada su capacidad de percepción, por lo tanto, también tiene incorporado la noción de escena y secuencia de acciones (Joan Costa, 1992), y para ellos resulta más sencillo leer lo que sucede en una representación gráfica, acompañada o no de texto.

Nuestra propuesta se estructura visualmente en una doble página, en donde imagen y texto se complementan, se apoyan y logran una integración que favorecen su lectura. Las ilustraciones ocupan un espacio importante en la presentación, y representan las distintas escenas que plantea el cuento, que no poseen una complejidad elevada, pero nos permite contextualizar el relato; en algunas ocasiones se hizo una aproximación de los personajes para resaltar la acción y marcar el diálogo. Para el texto central, se empleó una familia de palo seco o sin serif, que por sus características morfológicas es apta para la lectura digital, están ubicados fuera de las escenas ilustradas, otorgándole de esta manera un papel no menos importante que las imágenes; en cambio para el título del libro y textos más cortos, incluso en algunas palabras aisladas, se decidió por una tipografía de fantasía, que permite romper un poco con la rigurosidad visual de la tipografía.

Otro recurso empleado es la extracción de los personajes de las escenas, y la incorporación del sistema de iconos de información, en un nuevo apartado denominado “curiosidades”, allí se busca mostrar algunas características propias de cada protagonista (El sapo y el avestruz), como la ubicación geográfica, alimentación y características físicas, con el fin de poder brindar otra estrategia más de aprendizaje que integra otras áreas de interés curricular.

Hay un predominio de los colores fuertes, que aportan a la iconicidad de las representaciones, y también al factor atracción, que tiende a orientar la mirada y generar una especie de fascinación, tal como lo plantean Rabasa y Ramírez (2009), el libro álbum produce placer no sólo al leerlo, sino también al mirarlo, cuando se descubre lo que allí aparece; y genera una lectura, que se ve atravesada por la observación, la atención, para después proporcionar

todo un abanico de propuestas reflexivas dentro y fuera del aula.

Tercera parte: Evaluación

La evaluación de las producciones está pensada como parte del proceso de aprendizaje, ya que nos posibilitará conocer las mejoras que se deben realizar. Para abordar la misma se configuró un instrumento organizado en categorías a evaluar, a saber: características tecnológicas, diseño técnico y estético, diseño didáctico, contenido, manipulación/interactividad, material complementario, objetivos.

Finalmente, en esta propuesta educativa se espera lograr los siguientes aprendizajes:

-En cuanto a los contenidos,

- Manejo del lenguaje/léxico literario
- Relación obra/espacio/tiempo
- Reconocimiento de los momentos/etapas de cada texto

-En cuanto a la comunicación,

- Pertinencia temática y relación con el contexto
- Pertinencia entre estructura narrativa y género

-En cuanto a las habilidades tecnológicas,

- Lectura hipermedial
- Interpretación y uso de elementos multimediales e interactivos
- Interacción con los pares a través de herramientas tecnológicas.

Argentina.

Joan Costa (1992) “Diez casos específicos”. En Abraham Moles/Luc Janiszewski, “Grafismo Funcional” (pp 197-228) Ediciones CEAC. Barcelona España.

Documentos web consultados

Núcleos de aprendizaje prioritarios 2º CICLO EGB / NIVEL PRIMARIO (4º, 5º y 6º año) Disponible en http://www.me.gov.ar/curriform/publica/nap/nap_egb2.pdf

Recomendaciones Metodológicas para la enseñanza (2010) Nivel primario, área curricular Lengua. Ministerio de Educación de la Nación y DiNIECE.

Recursos Digitales “Eje temático: Características de un recurso educativo digital para cumplir su objetivo. Adaptación y traducción de contenidos. Recursos educativos digitales: cómo reconocerlos”.

Disponible en <https://es.scribd.com/document/3802012/recursos-digitales>

Recursos educativos digitales: conceptos básicos. Disponible en

<http://aprendeonline.udea.edu.co/boa/contenidos.php/d211b52ee1441a30b59ae008e2d31386/845/estilo/aHR0cDovL2VzdGlsb3MvYXp1bF9jb3Jwb3JhdGl2by5jc3M=/1/contenido/>

A modo de reflexión...

Con esta propuesta, se pretende que los estudiantes que se relacionen con el recurso educativo abierto puedan adquirir una mirada multisensorial de las obras literarias regionales, complementar al libro tradicional y conocer mediante los elementos paratextuales y desde una manera interactiva, información extra sobre la temática y el autor.

En cuanto a la tecnología utilizada, se busca que reconozcan en ella una herramienta que, siendo usada de manera responsable, puede potenciar el aprendizaje y motivar nuevas formas de trabajo desde la interdisciplinariedad.

Bibliografía

Tobares, J. (1988) Folklore puntano. Fondo Editorial Sanluisenseño, San Luis, Argentina.

Rabasa, M., Ramirez M. (2012) “Desbordes, Una mirada sobre el libro /álbum) Editorial de la Universidad Nacional del Sur. Ediuns. Bahía Blanca,

ANÁLISIS DE UN NOTICIERO CON FORMATO TELEVISIVO EN INSTAGRAM Y SUS PROPUESTAS DE VALOR EN FUNCIÓN DE LA DURACIÓN Y USO DE LA PLATAFORMA: EL CASO DE FILO NEWS TV

Oro, Pablo Martín

UNSL - UNR / oropablom@gmail.com

Palabras claves: noticias; periodismo; formatos; televisión; instagram

Introducción

Mario Pergolini, un innovador constante en los

medios de comunicación de Argentina, señaló que en la actualidad “las audiencias no van a una app que nosotros propongamos” sino que “están en donde están y ahí vamos a intentar estar”. La afirmación fue para justificar el nacimiento de Filo News TV, el primer noticiero de televisión en la red social Instagram que lleva ya varios meses en la plataforma con un gran éxito. Pergolini resaltaba la importancia de innovar en la forma de compartir noticias, con el objetivo de ir hacia las audiencias.

Filo News TV es un noticiero que se emite diariamente de lunes a viernes a través de Instagram Live con una duración de entre 10 y 12 minutos. Su puesta al aire desde hace un par de meses, es toda una novedad en el mundo mediático argentino.

El presente trabajo pretende circunscribir el caso a describir dentro de la teoría de la Ecología de Medios, acerca de cómo un formato que hace años sólo era posible en la Televisión hoy allá llegado a Instagram, una red social pensada para millenials, pero con un marcado crecimiento en otras generaciones que también la adoptaron.

El nacimiento de Filo News TV y la llegada de la TV la Instagram

Celebrando haber alcanzado los mil millones de usuarios activos, Instagram lanzó en junio de 2018 el canal de videos de la red, denominado IGTV. Se trata de una plataforma para subir y consumir vídeos. En pocas palabras, IGTV es la televisión de Instagram y un nuevo espacio para consumir contenidos en vídeos de 15 segundos hasta 1 hora de duración.

Apenas unos meses después, un innovador constante de los medios en Argentina, el empresario y conductor de radio y TV, Mario Pergolini, lanzó Filo News TV, un informativo digital diario con el formato Live de Instagram, usando los efectos propios del canal y un estilo informal como el que caracteriza la plataforma. Al momento de su lanzamiento, Pergolini fundamentó sobre el modelo de negocio y el público al que apunta su producto. “Los menores de 40 ya no ven noticieros. Hoy me cuesta mucho encontrarle un sentido a ser parte de un canal de noticias como TN o C5N” explicó Pergolini, quien considera que el presente y el futuro del consumo mediático no está en la TV tradicional, sino en la combinación de los formatos que respondan a dar contenido a donde las audiencias eligen estar, como el caso de Instagram, la interfaz elegida para Filo News TV.

Durante 2019, ya sin Pergolini al frente del envío diario y con Lalo Mir como presentador, el modelo de negocio aún no da sus frutos según ellos mismos reconocieron en un ciclo de entrevistas que organizó la productora de

ambos y cuyo contenido se subió a Youtube.

Un análisis sobre la plataforma

Describimos a Instagram como una red social gratuita basada en compartir fotografías, vídeos y comentarios entre cuentas tanto desde los dos grandes sistemas operáticos iOS y Android. Está concebida para ejecutarla en los smartphones y no en una computadora, como podría ser Facebook o Twitter. Instagram permite subir a una cuenta personal vídeos y fotos tomadas directamente desde la cámara del teléfono móvil, así como desde su galería.

Instagram ha incluido a lo largo de sus años dos elementos claves que le han llevado al podio de las redes sociales: el vídeo y las stories o historias, textos, fotografías (o ambos), vídeos y hasta transmisiones directas que permanecen durante 24 horas en la red social.

Instagram TV continúa posicionándose entre los usuarios de Instagram, especialmente entre los creadores de contenido audiovisual. Los medios de comunicación han aprovechado esta poderosa característica y optado por emplearla para difundir contenido exclusivo en formato amigable para dispositivos móviles.

El ecosistema en donde se inserta Filo News TV: Una mirada bajo la ecología de los medios

Pensar a todos los medios de comunicación como especies y permitirse una comparación con las especies biológicas, hace posible entender como la aparición de nuevos formatos y plataformas en la era digital se introduce en un ecosistema que ya cuenta con sus “líderes” tradicionales como la Radio, la TV y la Gráfica, permitiendo adaptaciones, reconfiguraciones de narrativas y hasta decesos. ¿Quién recuerda hoy al reproductor de VHS? ¿Cuánto le queda al reproductor de DVD? Si pensamos que al igual que las especies biológicas, los medios de comunicación evolucionan, entonces pensamos a Netflix como la evolución del VHS y el DVD, gracias al aporte de la tecnología.

Si la ecología analiza las relaciones entre especies biológicas en un momento determinado, entonces el enfoque evolutivo investiga las variaciones, bifurcaciones, adaptaciones (microevolución) y extinción (macroevolución) de esas especies. Se podría decir que la ecología piensa en espacio y la evolución, en tiempo. Ambas visiones son complementarias y pueden ser reorganizadas siguiendo la oposición lingüística tradicional entre los niveles diacrónico/sincrónico. Según Robert K. Logan, uno de los más lúcidos discípulos de Marshall McLuhan, la evolución de la tecnología sigue un patrón similar al de los organismos vivos. La biología y la cultura, desde su perspectiva, “ya no pueden ser

estudiadas por separado porque la evolución humana es una combinación de evolución biológica y cultural”. En este nuevo contexto, la hipótesis a explorar es que “los medios son fenómenos emergentes y pueden considerarse en cierto sentido como organismos que propagan su organización e interactúan entre sí como agentes bióticos vivientes en un sistema ecológico”. Es en este contexto teórico que podemos comenzar a pensar en cómo evolucionan las “especies mediáticas” y en todo caso, qué lugar ocupa el formato Filo News Tv.

Un formato disruptivo

En la plataforma Instagram, a las historias que los medios de comunicación suben diariamente con los “títulos” más destacados, el caso del noticiero Filo News TV, es sin duda una innovación, un formato absolutamente disruptivo con lo ya conocido.

Así como las llamadas redes sociales alteraron los comportamientos y la vida de millones de ciudadanos que las utilizan, como ya mencionamos. para entretenerse, divertirse, encontrarse y hasta informarse, su presencia en el nuevo ecosistema de medios dominado por la convergencia adquirió en los últimos tiempos un protagonismo que también es necesario analizarlo y entenderlo.

Para Scolari (2010) el cambio de paradigma que viven los medios de comunicación en la actualidad radica en que ya no hay un modelo de discurso unidireccional, sino un modelo de “muchos a muchos”, el modelo que impera en las redes sociales.

“Los medios que permiten a los consumidores convertirse en productores son indudablemente sociales, y mucho más interactivos que los medios más antiguos y unidireccionales como la televisión” (Levinson 2013, p. 2). O bien, que los antiguos medios (unidireccionales) tienen significativos componentes sociales también (Levinson 2013, p. 3).

Levinson (2013) en su trabajo presenta los principios rectores de los nuevos nuevos medios, que marcan la diferencia definitiva con medios sociales. Estos espacios proporcionan la retroalimentación a partir de comentarios que vitalizan el mensaje, mientras tenga circulación y retroalimentación (Renó, D. 2011).

Los nuevos usuarios dejaron de cumplir el rol tradicional y pasivo que tenían frente a determinados medios para convertirse en sujetos más activos, con ansias de participación y de producción de nueva información. Hablamos de los consumidores en su nuevo rol de productores, generadores y distribuidores de contenido pero que además tienen como características ser influyentes y buscan ser parte de una comunidad que los identifique.

Conclusión

Filo News TV busca capitalizar esa vocación de prosumidores en sus seguidores con el llamado a participar vía whatsapp con videos creados por los propios usuarios y buscando permanentemente la interacción. En tiempos de usuarios multiplataforma, hiperconectados y como bien define Roberto Igarza (2009) a las nuevas formas de consumo cultural, aprovechando sus burbujas de ocio, para consumir y producir contenidos dentro de la movilidad que otorga un smartphome, la clave con las audiencias es, además de como dice Pergolini “estar donde ellas están”, también se trata de escucharlas e interactuar con ellas. Filo News, en vivo a las 13 o en diferido a cualquier hora o en cualquier lugar, parece haber encontrado un nicho de público interesado. El desafío para sus creadores, como transformarlo en un modelo de negocio qué de réditos, capitalizando a los miles de usuarios que ven diariamente Filo News, en ingresos económicos.

Bibliografía

- HU, Y., MANIKONDA, L., y KAMBHAMPATI, S. (2014). What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. En Proceedings of the 8th International Conference on Weblogs and Social Media, ICWSM 2014. Pp. 595598. The AAAI Press.
- IGARZA R. (2009) Burbujas de Ocio: Nuevas formas de consumo cultural.
- LEVINSON, P. (2001) Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium. Londres: Routledge.
- LEVINSON, P. (2013) New New Media. New York: Pearson.
- MARCELINO MERCEDES, G. V. (2015) “Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración”, Icono 14, volumen (13), pp. 48-72.
- MCLUHAN, M. (1962) The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. Toronto: University of Toronto Press.
- MCLUHAN, M. (1964) Understanding Media: The Extensions of Man. Nueva York: New American Library.
- MCLUHAN, M. MCLUHAN, E. (1988) Laws of Media. The New Science, University of Toronto Press, Toronto.
- MCLUHAN, M - FIORE, Q. (1969) El medio es el masaje: un inventario de efectos. Paidós
- PANAL PRIOR, A. (2017) El uso de Instagram en los medios de comunicación deportivos. Trabajo final de Grado. Universidad de Sevilla, España.
- PISCITELLI, A. (2005) Internet. La imprenta del siglo XXI. Barcelona: Gedisa.
- POSTMAN, N. (1980) The reformed english curriculum. En A. C. Eurich (ed.), High school The shape of the future in american secondary education. Disponible en: <http://>

www.media-ecology.org/media_ecology/

POSTMAN, N. (1985) *Amusing Ourselves to Death*.

POSTMAN, N. (1998) *Five things we need to know about technological change*. Denver, Colorado.

RENO, D. (2011) Periodismo, redes sociales y transmediación. En: *Razón y Palabra*, nº 78, noviembre 2011- enero 2012

RENO, D Y FLORES, J. (2012) *Periodismo transmedia: Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Madrid: Fragua.

SCOLARI, C. (2008) *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

SCOLARI, C. (2010) *Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico*. Cuadernos del CAC

SCOLARI, C. (2013) *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*

SCOLARI, C (ed). (2015) *Ecología de los medios*. Gedisa.

THE SOCIAL MEDIA FAMILY (2017) "III Estudio de usuarios de Facebook, Twitter e Instagram en España".

Disponible en <http://thesocialmediafamily.com/newsposts/estudio-redes-sociales-espana-2017>

COMO TE VEN, TE TRATAN. BIG DATA EN LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL

Paez, Alejandra

US - USAL - UNQ / paezmarie@gmail.com

Migoya, Manuel

US- USAL / migoyamanuel@gmail.com

Palabras claves: big data; televisión; internet; Netflix; Spotify; convergencia digital

En el contexto de las economías convergentes, la industria televisiva actual se caracteriza por la paulatina consolidación de un escenario multiplataforma en la que conviven opciones offline y online. Las últimas definidas operativamente como televisión *Over The Top* o TV-OTT, porque utilizan internet como medio de distribución. Este tipo de servicios se basan en la dislocación de la programación lineal, la expansión de los tiempos y

aparatos para el consumo, el abandono de la publicidad como una de las principales fuentes de ingresos y, sobre todo, el auge del consumo personalizado que les otorga un mayor protagonismo a los usuarios (Páez, 2016).

Al encontrarse las personas en el centro de la escena, también se dirigen hacia allí las principales estrategias de producción y comercialización de los contenidos. La mejor forma de interpretar los gustos e intereses de los usuarios proviene de la lectura, el procesamiento y la extracción estadística sobre sus acciones en la experiencia televisiva. A ese proceso de gestión masiva de datos se lo denomina big data y constituye una de las principales tendencias en materia de estrategias de negocios para las empresas audiovisuales (Fernández Manzano, 2016).

En este trabajo se plantea como objetivo caracterizar al big data y dar cuenta de su utilidad en el *core business* o actividad central de Netflix, una compañía que ejerce el liderazgo en su segmento a nivel global. Para ello se indaga en múltiples fuentes bibliográficas como los sitios web institucionales de la empresa, textos y conferencias de técnicos y especialistas del sector, y en la interfaz de la plataforma. También se recurre a la recolección directa e indirecta de testimonios de ejecutivos al frente de distintos departamentos de Netflix cuyo trabajo se vincula con la gestión de datos.

Esta compilación no pretende ser exhaustiva, dada la dificultad de acceder a información confidencial acerca del uso de los datos de los usuarios y los sistemas utilizados para procesarlos (Marr, 2018). Sin embargo, a partir de este corpus se plantean respuestas a la pregunta acerca de por qué el big data representa una pieza angular en las decisiones comerciales de los operadores y el modo en el que su utilización se ve reflejada tanto en la configuración de las interfaces como en la composición de los catálogos de contenidos.

El trabajo hace parte de las investigaciones realizadas en el marco del proyecto de investigación Big Data emocional en tiempos de Netflix y Spotify (2019-2020), perteneciente al Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social de la Universidad del Salvador.

Bibliografía

Fernández Manzano, E. (Ed.). (2016). *Big data: Eje estratégico en la industria audiovisual*. Barcelona: Editorial UOC.

Marr, B. (2018). *How Much Data Do We Create Every Day? The Mind-Blowing Stats Everyone Should Read*, New York Times. Recuperado de: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/05/21/how-much-data-do-we-create-every-day-the-mind-blowing-stats->

[everyone-should-read/#2c90aad60ba9](https://www.youtube.com/watch?v=everyone-should-read/#2c90aad60ba9)

Páez Triviño, A. (2016). Distribución online. Televisión convergente, intereses divergentes. En Marino, S. (coord.). *El audiovisual ampliado: políticas públicas, innovaciones de mercado y tensiones regulatorias en la industria de la televisión argentina frente a la convergencia*. Buenos Aires: Ediciones Universidad del Salvador.

CAPITALISMO DIGITAL Y ACTIVISMO DIGITAL EN AMÉRICA LATINA

Segura, María Soledad

UNC - CONICET / maria.soledad.segura@unc.edu.ar

Palabras claves: derechos digitales; políticas de conectividad y digitalización; demandas; enfoque; tipos de activismo; impacto

Capitalismo digital y activismo digital en América Latina

Si bien el capitalismo digital implica dinámicas que trascienden la división global Norte-Sur, se desarrolla en cada región del mundo de manera diferente debido a las enormes desigualdades políticas, económicas, sociales y tecnológicas existentes en cada país y en la comunidad de naciones. Esta es la razón por la que las teorías y los conceptos sobre capitalismo digital y ciudadanía digital que se usan en los países centrales deben abordarse con cautela. Además, debemos examinar cuidadosamente las experiencias en los países periféricos tanto las que promueven una instensificación de la vigilancia y el control comercial y estatal, como las de activismo cívico por una mayor emancipación, y ser conscientes de sus particularidades y continuidades. (Waisbord & Segura, 2019)

Con estos objetivos, discutiré las dimensiones del capitalismo digital y del activismo digital en América Latina. La pregunta-problema es: ¿Cuáles son los problemas que enfrentaron, sus demandas y marco interpretativo, los tipos de organizaciones existentes, y el impacto que consiguieron? Analizaré cómo los actores progresistas de la sociedad civil presionan para la formulación de políticas públicas basadas en los derechos digitales, que ponen límites a los abusos del estado y del mercado en la comunicación pública, y que protegen y garantizan los derechos de los ciudadanos a la comunicación y la cultura en el contexto del capitalismo digital.

Si bien en los últimos años se han realizado múltiples trabajos sobre políticas de telecomunicaciones y sobre la brecha digital en América Latina, todavía hay escasos antecedentes de investigaciones sobre el activismo digital y de datos que promueven políticas públicas basadas en los derechos digitales en la región.

Abordaré esta pregunta considerando que la formulación de políticas públicas es un proceso conflictivo que involucra a varios actores sociales con diferentes intereses, estrategias, recursos y poderes. (Freedman, 2008) También es necesario señalar que la sociedad civil no es un todo unificado, sino que es compleja, conflictiva y heterogénea. (Sorj, 2010) El activismo digital es una forma de acción colectiva digital. Políticamente utiliza el conocimiento técnico y la acción en línea para promover el acceso y la gestión de datos más igualitarios, se involucra con nuevas formas de producción de información y conocimiento, y cuestiona los conceptos dominantes sobre la digitalización de información y la conectividad (Milan y van der Velden, 2016).

Los métodos utilizados en esta investigación son: análisis de documentos de las organizaciones de la sociedad civil que trabajan por los derechos digitales y entrevistas a sus participantes.

Los principales resultados muestran que las experiencias recientes en América Latina sugieren dos tipos de activismo digital diferenciados por objetivos y esferas de acción: el activismo digital social que utiliza diversas tácticas, incluida la recolección, producción y manejo de información, y el razonamiento basado en *big data*, para el cambio social; y el activismo por los derechos digitales que está representado por movimientos sociales que promueven políticas públicas basadas en los derechos con respecto a la producción, protección y gestión de datos, y tienen como objetivo regular el extractivismo de datos por parte de corporaciones y estados. Su enfoque y algunas de sus estrategias son análogas a los movimientos de los medios que promovieron políticas de comunicación basadas en derechos durante las últimas décadas en la región.

Una de las contribuciones teóricas de este trabajo es la siguiente: la ciudadanía digital en el Sur global no está limitada por la geografía política o las trayectorias históricas particulares de cada país, aún cuando sí está signada por las culturas locales y los particulares modos de conocer, y cuando se centra en preocupaciones domésticas específicas. El activismo digital presenta una hibridación de perspectivas, formas de organización y tácticas. Al igual que otros movimientos de medios en América Latina (Segura y Waisbord, 2016), tiene en cuenta los problemas y las condiciones locales y está abierto a las posiciones y tácticas de otras regiones del mundo, ya que enfrentan aspectos locales y globales del capitalismo digital.



Bibliografía

Freedman, D. (2006) Las dinámicas del poder en la elaboración de políticas de medios en la actualidad. *Media, Culture & Society*, 26(6).

Milan, S. & van der Velden, L. (2016) The Alternative Epistemologies of Data Activism, *Digital Culture and Society*, vol. 2, issue 2.

Segura, M. S. y Waisbord, S. (2018) Between data capitalism and data citizenship. In: *Television & new media*, 20(4).

Segura, M. S. & Waisbord, S. (2016) *Media movements. Civil society and media policy reform in Latin America*. London: Zed Books.

Sorj, B. (2010) *Usos, abusos y desafíos de la sociedad civil en América Latina*. Buenos Aires: Siglo XXI.



EJE N°15



Historia de los medios, poder y
políticas de comunicación

MEDIOS MASIVOS, COMUNICACIÓN

Y EDUCACIÓN EN LA HISTORIA

CONTEMPORÁNEA Y RECIENTE

Alaniz, Marilyn Alaniz

FCC- UNC / esmeria75@hotmail.com

Mengo, Renee Isabel

FCC - UNC / rimm952@gmail.com

Tenaglia, Rubén

FCC - UNC / pablotenaglia2001@yahoo.com.ar

Palabras claves: prensa digital; políticas de Estado; procesos educativos; actores sociales; ciudadanía

Los medios de comunicación masivos se han caracterizado desde su inicio y constante evolución como aparatos de socialización importantes que influyen en nuestras ideas, hábitos y costumbres. Algunos expertos llegan a afirmar que la cantidad de información comunicada por la prensa, las revistas, las películas, la televisión y la radio, excede en gran medida al volumen de información que llega a través de la enseñanza y los contenidos que se transmiten en las aulas. Por su parte, miradas críticas sobre el rol de los medios –los tradicionales y los digitales– han sido objeto de investigaciones dando cuenta de sus usos y construcciones en torno a hechos de la historia contemporánea y reciente, sus vínculos con las políticas gubernamentales y las relaciones con las audiencias. Desde el punto de vista de la conocida teoría de la agenda se plantea que los medios de comunicación son actores políticos que eligen los temas que consideran relevantes y construyen una realidad que ofrecen a las audiencias. No obstante, y como expresa la teoría, los medios nos dicen en qué pensar pero no, en cómo hacerlo. Son en todo caso actores legitimados socialmente para influir, sobre todo en virtud de la práctica periodística, pero se trata de una influencia en un sentido *potencial*, no inexorable y absoluto. Con estas salvedades, los temas que se plantean a continuación como proyectos integrantes del programa se aunan en tres tópicos compartidos: el contexto sociopolítico de las décadas precedentes en la región latinoamericana, el lugar de la educación y la comunicación como derechos sociales y bienes públicos, y el papel de las ediciones digitales en el relevamiento y

construcción de las noticias.

El primer proyecto, aborda descriptiva y analíticamente las características y resultados de los procesos de globalización- estrategias de carácter neoliberal que tendieron a reemplazar las políticas de bienestar impulsadas por el Estado por otras, en las que predominaron las concepciones de mercado y de privatización de los servicios públicos, entre ellos, la educación. Desde el género *noticia* como soporte en relación al tema de la Educación Superior, con relevamiento y análisis en medios gráficos seleccionados en Argentina y Brasil, se describen y comparan los instrumentos legales, institucionales, tanto como actores y destinatarios en su aplicación, aceptación o rechazo, con los resultados como parte de la política de la década de los 90'.

En este proyecto participan dos disciplinas: Historia y Comunicación, las que se complementan de manera transversal para intentar mostrar el lugar de los medios gráficos ante los objetivos de la reforma educativa y de los resultados en la Educación Superior.

La investigación problematiza: *¿Cuál fue el lugar de los medios gráficos argentinos y brasileños y que publicaron sobre las reformas de la Educación Superior en Latinoamérica en el transcurso de los años 90'?* y considera como objeto de estudio la información relevada desde el género *noticia*, a partir de una sistematización y posterior análisis de estas notas de los medios de comunicación seleccionados, para describir y comparar el abordaje de los instrumentos legales e institucionales de los actores y destinatarios en su aplicación, tanto como la aceptación y/o rechazo de los resultados como parte de la política de la década de los 90' en Argentina y en Brasil¹⁵².

Un análisis bajo el prisma de la historicidad permitirá, entonces, reconocer en los archivos la tensión dialéctica que marca la transmisión de una tradición (el pasado que sufrimos y en el que actuamos) y las expectativas dirigidas al futuro, buscando identificar tensiones, disputas, intentos frustrados, alcanzados o reprimidos.

El balance de las reformas de los 90', si bien marcan un punto de ruptura respecto al período anterior, expresan las mismas limitaciones de una concepción tecnocrática que piensa el cambio educativo desde una visión restringida vertical, sin involucrar a los protagonistas del sistema. Todo lo anteriormente dicho está exigiendo pensar la Educación Superior, y especialmente la de la universidad latinoamericana, tomando en cuenta múltiples y complejas dimensiones.

El segundo proyecto, refiere a la introducción del diario

152 El equipo está formado por investigadores de ambas nacionalidades los que se encuentran en un intercambio permanente tanto virtual como presencial para realizar la investigación.

en el aula como herramienta, recurso y/o complemento del libro de texto otorgando así la posibilidad al estudiante de conectar la teoría con la realidad. El diario le permite al alumno comprobar la complejidad de un hecho o proceso histórico a partir del acto comunicativo, ya sea noticia; crónica; artículos de opinión, etc.

La investigación es eminentemente teórica ya que solo se explora bibliografía, estado del arte y antecedentes relativos a la búsqueda de una posible respuesta al problema y de los objetivos planteados.

Se propone explorar, describir e indagar sobre las continuidades, cambios y mutaciones de los diarios en su traspaso del formato papel a digital y de las connotaciones en su producción, edición, circulación y modos de lectura como de usos, aplicaciones y las posibles potencialidades que presenta el periódico –en ambos formatos- tanto para la enseñanza como para el aprendizaje de la asignatura historia.

Cabe resaltar en relación a la asignatura elegida que los docentes, estudiantes e integrantes que forman parte del equipo de investigación se encuentran nucleados en la cátedra de “Historia Social Contemporánea” y, por lo tanto, centran la mirada en el diario como herramienta pedagógica para la enseñanza de la Historia. No obstante, como en todo trabajo de investigación, se espera que tanto el aporte, como las conclusiones puedan ser ampliadas y discutidas, en otros ámbitos del saber.

El tercer proyecto, indaga sobre las conceptualizaciones y significaciones de alumnos y estudiantes universitarios a lo largo del proceso de implementación y estado actual de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, (LSCA) por lo que se pretende tener un mapeo de las construcciones de sentido hechas por la comunidad educativa de una Facultad -la FCC/UNC- a propósito de qué modelos de comunicación son tomados como referencias en las aulas, en los modos de enseñanza, en los debates públicos y en las legislaciones.

En relación a ello, el impulso de la LSCA desató una significativa disputa de poder gubernamental -en la figura de Cristina Fernández de Kirchner- con el multimedio más importante del país, el Grupo Clarín. La sociedad argentina se vio inmersa en una discusión acerca del rol y la función de los medios en los procesos políticos, sociales y económicos; sobre ello, desde la comunidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) hubo pronunciamientos, foros y actividades en defensa de una comunicación democrática y diversa.

La problemática que interesa se centra en las particularidades, conceptualizaciones, discursos, valoraciones y debates que, en torno a la comunicación como derecho y a su carácter público, construyen los actores -estudiantes y docentes de las Orientaciones de la Carrera en la FCC-UNC, tomando como marcos

temporales desde la implementación de la LSCA en 2013 hasta 2018.

Cabe reflexionar sobre cómo fue posible la transformación en un breve lapso de tiempo, de una concepción de comunicación como derecho a otra, como valor de mercado. En tal sentido, un primer supuesto que guía el trabajo de investigación reconoce que el escenario de redefiniciones de las políticas de comunicación a partir de 2015 se acompaña de un giro macro-político de carácter conservador en la región y en el país. En segundo lugar, se observa un debilitamiento del compromiso de actores sociopolíticos entre el momento final del kirchnerismo y el posterior desarrollo respecto a la defensa de las políticas de comunicación. Por último, el estado de retracción actual de la normativa -incluso la falta de aplicación de varios puntos de la ley por parte del propio gobierno que la impulsó- y su efecto al interior de la FCC-UNC, no es sido objeto de indagación.

Para concluir, el Programa pretende a través del estudio y análisis trans-disciplinario, situar a la Comunicación como un actor clave a la hora de comprender los procesos socios históricos contemporáneos y recientes a partir del estudio de tres casos específicos que confluyen en el horizonte de lo social, mediático y educativo-cultural.-

Bibliografía

ARROYO CABELLO, M. (2006). “Los jóvenes y la prensa: hábitos de consumo y renovación de contenidos” en *Ámbitos*, núm. 15, 2006, pp. 271-282. Universidad de Sevilla. Sevilla, España.

BARBERO, J. (2002). “Tecnidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo” en *Diálogos de la Comunicación* N° 64. Departamento de Estudios Socioculturales ITESO, Guadalajara. México. pp 9 a 24.

BECERRA, Martín (2015). *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Paidós. Buenos Aires.

BORRAT, H. y DE FONTCUBERTA, M. (2006). “Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción” La Crujía. Buenos Aires.

CHARAUDEAU, Patrick (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Gedisa. Barcelona.

GARCÍA GUADILLA, Carmen. (2007). “Financiamiento de la educación superior en América Latina”. *Dossier. Sociologías*, Porto Alegre, año 9, n° 17, jan./jun. 2007, p. 50-101.

GAJARDO, M. (1999). “Reformas educativas en América

Latina: balance de una década”. Doc. 15. (Santiago de Chile, PREAL).

LITWIN E. (2008) *“El oficio de enseñar” condiciones y contextos*. Editorial Paidós. Buenos Aires.

MORAES, Denis de (2011). *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Paidós. Buenos Aires.

SUASNÁBAR, Claudio. (2017). “Los ciclos de reforma educativa en América Latina: 1960, 1990 y 2000”. En *Revista Española de Educación Comparada*. núm. 30 (julio-diciembre 2017).

TENAGLIA, P. (2016) Coord. *“Enseñanza y aprendizaje de la historia contemporánea y reciente- Experiencias pedagógicas en el nivel secundario y superior-“*. Editorial Brujas. Córdoba.

Estado de las políticas de comunicación en Argentina. Reconstrucción de las ideas en torno a la comunicación como derecho desde estudiantes y docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC) en la historia reciente (2013-2018).

AVANCES DE INVESTIGACIÓN

ESTADO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN ARGENTINA.

Reconstrucción de las ideas en torno a la comunicación como derecho desde estudiantes y docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC) en la historia reciente (2013-2018)

Bruera, Rodrigo

FCC - UNC / rbruera@gmail.com

Cabezas, María del Carmen

SECYT – FCC-UNC / carmen.cabezas.85@gmail.com

Segura, Laura Eugenia

SECYT - UNC - CONICET / Centro de Investigaciones Jurídicas y Sociales. laurysegura@gmail.com

Palabras claves: derecho; democracia; políticas públicas; decretos; universidad

Desde el terreno específicamente cultural, los gobiernos sudamericanos propugnaron hacia el terreno de la comunicación y los medios masivos la rearticulación de políticas públicas, tomando como principio rector la comunicación como derecho humano, bien público y social. En tal sentido, y a los fines del presente proyecto, se destaca la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual argentina (LSCA), aprobada en 2009, implementada en 2013 y en la actualidad, con modificaciones materializadas en los Decretos de Necesidad y Urgencia (DNU) 267/15 y 1340/16. El impulso de la LSCA desató una significativa disputa de poder gubernamental con el multimedio más importante del país, el Grupo Clarín. La sociedad argentina se vio inmersa en una discusión acerca del rol y la función de los medios de comunicación en los procesos políticos, sociales y económicos; sobre ello, desde la comunidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) hubo pronunciamientos, foros y actividades en defensa de una comunicación democrática y diversa. La problemática que interesa indagar se centra en las particularidades, conceptualizaciones, discursos, valoraciones y debates que en torno a la comunicación como derecho y a su carácter público, construyen los actores -estudiantes y docentes de las Orientaciones de la Carrera en la FCC, tomando como marcos temporales desde la implementación de la LSCA en 2013 a 2018.

CONVERGENCIA ASIMÉTRICA Y PERIFÉRICA:

EL LEGADO DEL MACRISMO Y LA AGENDA PARLAMENTARIA PENDIENTE

Carro José Pablo

FCC - UNC / josepablocarro@gmail.com

Diego Rossi

CCOM-FSOC- UBA / dondiegorossi@gmail.com

Palabras claves: convergencia; regulación; asimetrías; Parlamento; audiovisual; telecomunicaciones

El sistema de medios de comunicación audiovisual

argentino ha estado caracterizado históricamente, entre otras cuestiones, por la concentración de la propiedad, la centralización geográfica de la producción de contenidos, y un diseño de políticas que no ha querido -o no ha podido, entre 2009 y 2015- resolver asimetrías regionales o provinciales en el diseño de redes, tanto de radiodifusión, como de telecomunicaciones y conectividad a Internet.

Diversos estudios señalan que los intereses incumbentes en cada cadena de valor comunicacional, utilizaron argumentaciones basadas en la “modernización y la desregulación en convergencia”, para apuntalar procesos de concentración horizontal, vertical y conglomeral en manos de capitales nacionales y transnacionales, durante la década de los '90 y los primeros años de este siglo (Mastrini y Becerra, 2006; Labate y otros, 2012). Esta tendencia tiene correlato a nivel mundial respecto de los procesos de digitalización y globalización de plataformas de distribución.

En este contexto, la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en octubre de 2009, su paulatina aplicación y otras políticas públicas de comunicación implementadas, como la Ley Argentina Digital (LAD) a fines de 2014, conllevaron una actualización doctrinaria hacia una incipiente y progresiva democratización del sistema mediático argentino.

Pero la tendencia (no exenta de litigiosidad y polémicas en la implementación de la LSCA que exceden a esta síntesis), se revirtió drásticamente. En diciembre de 2015, el flamante gobierno nacional presidido por Mauricio Macri, en sintonía con los intereses de sectores dominantes de la distribución audiovisual y las telecomunicaciones, introdujo cambios en la regulación de las comunicaciones e implementó políticas macroeconómicas, laborales, educativas y culturales que han impactado con regresividad (Courtis, 2006) en el ejercicio del derecho a la comunicación. Las leyes LSCA y LAD fueron quirúrgicamente intervenidas a través del decreto de necesidad y urgencia 267, y de otros dispuestos a lo largo de 2016 y 2017, que avanzaron sobre todo derogando los límites al tratamiento mercantil de la comunicación, ya sea eliminando barreras de concentración por servicios, reencuadrando los servicios y sus características, eliminando la posibilidad de regulación de tarifas y diluyendo mecanismos de regulación asimétrica o promoción de actores no comerciales.

De acuerdo con diversos trabajos, el impacto de las medidas adoptadas y promovidas han acrecentado la concentración oligopólica de los servicios de comunicación audiovisual, han profundizado la homogeneización y extranjerización de las programaciones y han desprotegido a la industria cultural nacional (productores, distribuidores y emisores más vulnerables, como medios sin fines de lucro y

de pueblos originarios, PYMES, emisoras escolares y universitarias). Estas políticas implicaron una gubernamentalización de los órganos de aplicación de la LSCA y el desmantelamiento de otros órganos colegiados y participativos encargados del diseño y el control las políticas públicas en la materia (Loreti, De Charras y Lozano, 2017). Son retrocesos contemporáneos que condicionarán las políticas sectoriales que pueda desplegar el próximo gobierno nacional a partir de 2020.

El nuevo marco de re-regulación para la convergencia asimétrica y periférica (Monje y Rivero, 2018) se consolidó con modificaciones normativas que caracterizamos como acciones de empaque, sustitución y borramiento ¹⁵³, no sólo vía DNU 267/15, sino las concomitantes decisiones por Decreto 1340/16 y resoluciones reglamentarias o “reinterpretativas” de articulados de la LSCA.

Hacemos hincapié en la denominada convergencia periférica, como modalidad en tres claves de lectura del concepto:

1. La dimensión sociocultural/territorial, que inscribe a los actores en procesos de convergencia en territorios, economías y culturas específicos, lo cual implica estrategias situadas, muy diversas entre sí, que se licúan en los estadísticos y previsiones de orden nacional que ha venido señalando el ENACOM ¹⁵⁴;
2. La dimensión de la disputa por el código y las regulaciones asociada a la matriz de Lessig. Allí donde se definen procesos de acceso o exclusión también se constituye la periferia, por cuanto discutir la asimetría en la regulación preexistente es un componente necesario para avanzar hacia una regulación asimétrica con real impacto político-estructural;
3. La periferia como asunción de una red de relaciones, común en Argentina a partir de las expresiones “el Interior” y “el Interior del Interior”, donde se sitúan los prestadores no hegemónicos, y anclan la constitución de expectativas de consumo e identidades locales. Una naturalización de situaciones periféricas hace juego con análisis enraizados con la teoría de la dependencia.

La convergencia, como cualquier proceso de introducción de innovaciones ha operado sobre centros y periferias. Esto es aplicable al sector infocomunicacional, donde los procesos convergentes se dieron sobre la base de asimetrías preexistentes lo cual implica la supervivencia

¹⁵³ La promesa formulada por el Gobierno Nacional en la audiencia ante la CIDH en abril de 2016, y consignada por decreto de elevar al Parlamento un Anteproyecto de Ley de Comunicaciones Convergentes fue incumplida, aun habiendo sido cuatro veces prorrogada por el propio Ejecutivo.

¹⁵⁴ Pueden consultarse los indicadores utilizados por Enacom y la falta de apertura geográfica en su web institucional, bajo el sugestivo título de “Informes de Mercado” <https://indicadores.enacom.gov.ar/>.

de algunos agentes económicos en un mercado que naturalmente tiende a la concentración y la exclusión (Monje et. al, 2017).

Si bien en Argentina se constata una estructura de alta concentración de mercado en sus distintos segmentos (televisión paga, conectividad de banda ancha, telefonía móvil y fija), “en las márgenes del mercado concentrado de las telecomunicaciones y la TV paga, se conformó un sector periférico integrado por cientos de cooperativas y pymes, la mayor parte de las cuales prestan servicios en localidades de baja densidad poblacional y escaso atractivo comercial para las empresas tradicionales. (...) Aunque operan en condiciones de profunda asimetría en relación a los grandes players, han logrado generar un fuerte arraigo territorial, y muchas de estas organizaciones son actores relevantes a nivel local” (Rivero, 2017).

Política y Parlamento en la era macrista

Como reseñamos en un trabajo anterior (Carro y Rossi, 2018), operando sobre un *doble efecto de campo* (Bourdieu, 2000), durante el período 2015-2019 el gobierno “ha marginado desde lo conceptual y desde la búsqueda de consensos en una mesa pequeña de intereses, a sectores invisibilizados detrás del paradigma TIC. En tal sentido, los movimientos empresariales avalados y consagrados por el Gobierno (fusiones más compras de empresas), los decretos que sucesivamente emparcharon la Ley y pavimentaron el camino del capitalismo de amigos, más los proyectos de Ley Corta y de Proveedores de Servicios de Internet, funcionaron como disciplinadores de un ámbito donde el resto de los actores (empresas regionales o locales, consorcios públicos, productores de contenidos, sectores de la economía social o sin fines de lucro, entre otros) deben pujar en materia de resistencia defensiva cuando la desregulación amenaza aún hasta la razonabilidad de reglas de competencia bajo el pregonado paradigma de la OCDE, que el Gobierno invoca pero no practica.

La Alianza Cambiemos incumplió con el marco lógico anunciado para actualizar las leyes de Servicios de Comunicación Audiovisual y Argentina Digital, y habilitó desde el diálogo oficialista con los aliados parlamentarios respuestas contradictorias respecto de temas concurrentes, como los fallidos proyectos de ley de Publicidad Oficial (finalmente no tratado en Diputados), “Ley Corta de Infraestructura” y de Proveedores de Servicios de Internet (obturados ambos por lobbies empresariales cuando la alianza oficialista minguaba su poder en 2018).

La agenda parlamentaria venidera, además de acumular temas pendientes, también habilitará un reequilibrio de actores incidentes y del foco de las políticas a adoptar.

Agenda pendiente

Descartados procesos de desinversión al estilo de los ordenados por el artículo 161 LSCA (derogado por le DNU 267/15), se destaca la dificultad de agenda política para establecer parámetros sectoriales de limitaciones o topes a la concentración, a los subsidios cruzados bajo la presión de la paquetización (Rossi, 2019) y a la perpetuación de posiciones dominantes ya sea por conglomerado, por servicio, por zona geográfica.

Sobre las relaciones asimétricas previas a los procesos de concentración empresarial y el desarme parcial de las Leyes 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual y 27.078 Argentina Digital, se consolidan tendencias que desembocan en un escenario de prestadores informacionales más concentrado horizontalmente y más integrado en sus cadenas de valor.

Si bien todos los sujetos con posibilidades de producir, distribuir y emitir contenidos reconocidos por las leyes de Servicios de Comunicación Audiovisual y Argentina Digital, mantienen su status legal, las posibilidades fácticas y un marco restaurador de derechos para los principales prestadores incumbentes e integrados, acorralan a los más pequeños y regionales. Estos actores no están ajenos al impacto de la distribución digital, reseñado por varios autores en la dinámica del “capitalismo de plataformas” (Srnicsek: 2018)

Una agenda programática de diez puntos, podría integrar a los siguientes:

- Garantizar el acceso a Internet como derecho humano. La accesibilidad digital para todas las edades, como derecho cultural, educativo y social. No puede haber diferencias, con ciudadanos de primera y de segunda en materia de acceso y uso de redes digitales.
- Disponer de servicios de comunicación de recepción gratuita. Que tengan pluralidad de voces y enfoques federales y diversos, desde lo nacional y en todas las regiones del país.
- Redefinir los medios públicos como Télam, Radio Nacional, canales y señales de información, educación, cultura y deportes. Deben tener capacidad de gestión, efectiva presencia digital y calidad de contenidos.
- Despliegue de la infraestructura pública de comunicaciones: Red Federal de Fibra Óptica iluminada, operativa al 100% y articulada con prestadores locales; ARSAT recuperada en su cadena de valor; que el 4G llegue a todos los rincones del país mientras se estudia la mejor forma de implementar el 5G, la Internet de las cosas; definir un Plan de Asignación de las frecuencias para múltiples prestadores.
- En la revolución de las comunicaciones, definir

por consenso y garantizar una Canasta Básica de Comunicación, Información y Cultura Digital.

- Dotar de calidad institucional, mirada representativa, federal y orientación estratégica a los organismos como ENACOM, Secretaría de Medios, áreas de telecomunicaciones y Defensoría del Público.

- Resolver criterios equitativos en el financiamiento público de los medios privados. Concretar una Ley de Publicidad Oficial, y transparentar regímenes de fomento y subsidio a la actividad periodística.

- Aumentar la producción de contenidos argentinos. Planes de fomento por concurso para recomponer el semillero creativo y las capacidades de los trabajadores de las artes, la cultura y la comunicación argentina. Con proyección en los mercados internacionales e iberoamericanos y presencia en las plataformas digitales.

- Reducir las posiciones dominantes de prestadores en áreas geográficas, favorecer la competencia y la presencia de servicios en todo el país. Para ello, regular inteligentemente, sobre la base de las mejores prácticas internacionales.

- Proteger los derechos laborales, provisionales y autorales de los trabajadores de las industrias culturales, especialmente en las plataformas digitales.

Bibliografía

BOURDIEU, P. (2000). *Cuestiones de sociología*. Akal, Madrid.

CARRO AIELLO, J. P. (2011): “Culturas políticas nacionales y comunicación: algunas claves de análisis”. En Razón y Palabra, Revista Electrónica Especializada en Comunicación, No 74, noviembre 2010 - enero 2011. www.razonypalabra.org.mx

CARRO, P. y ROSSI, D. (2018) “Disolución de derechos y ciudadanía restringidas bajo mercados oligopólicos. Un análisis sobre el debate de la “Ley corta” del audiovisual y las TIC”. Ponencia presentada en XX° Congreso de RedCOM, octubre de 2018, Universidad Nacional de Villa María (UNVM).

COURTIS, C. (2006). “La prohibición de regresividad en materia de derechos sociales: apuntes introductorios”. En C. Courtis (Comp.), Ni un paso atrás: La prohibición de regresividad en materia de derechos sociales (pp. 3-52). Buenos Aires: Editores del Puerto.

LORETI, D., DE CHARRAS, D. y LOZANO, L. (2017). “Regresividad. Cómo pasar de un paradigma de derechos humanos a un modelo de negocios”. En Sierra Caballero, F. y Vallejo Castro (Ed.). Derecho a la Comunicación. Procesos regulatorios y democracia en América Latina. Ediciones CIESPAL, Quito.

LABATE, C. y otros (2012). “Abordajes sobre el concepto de concentración”. En Las políticas de comunicación en el siglo XXI, Mastrini, G. y Bizberge, A. (eds.), La Crujía, Buenos Aires.

MONJE D., RIVERO, E., et al. (2017). Otro territorio. Impacto de la convergencia periférica en el sector audiovisual de la Economía Social y Solidaria en Argentina. En CABRAL, A., BOLAÑOS, C., ARAUJO, D., ANDACHT, F. & PAULINO F. (Eds.), Nuevos Conceptos y Territorios en América Latina (pp. 199-229). Brasil: ALAIC. Recuperado de: <https://goo.gl/r9s69Z>

MONJE, D. y RIVERO, E. (2018). “Televisión cooperativa y comunitaria en Argentina: existir desde la convergencia periférica”. En Monje D. y Rivero, E. (comp.) Televisión cooperativa y comunitaria. Diagnóstico, análisis y estrategias para el sector no lucrativo en el contexto convergente. Convergencia cooperativa, Córdoba.

ROSSI, D. (2019) “Tarifas y paquetización: los usuarios cautivos”. En Revista Fibra N° 23, Menta Comunicación. Buenos Aires, enero-febrero 2019. <http://papel.revistafibra.info/tarifas-y-paquetizacion-los-usuarios-cautivos/>.

SRNICEK, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Ed. Caja Negra, Buenos Aires.

DIARIO ‘LA REFORMA’ DE SAN JUAN: NUEVOS ABORDAJES

Collado Madcur, Guillermo Kemel

UNSJ/gcolladom@yahoo.com.ar

Palabras claves: periódico; periodismo; prensa; construcción de la noticia; comunicación política

Federico Cantoni gobernó San Juan en 1923-1925. La historiografía, el periodismo y testimonios orales, lo consideran personalista. Su partido (Unión Cívica Radical Bloquista) fue laicista y agnóstico; representó a obreros e implementó políticas estatistas. Aumentó el presupuesto; construyó escuelas y caminos (algunos de montaña); amplió el hospital y el parque; instaló viveros; promulgó leyes laborales.

Por vez primera se asignaron dietas a diputados provinciales.

Se emitieron letras que circularon como moneda y provocaron quebrantos. Se cesantearon maestros. Hubo presión tributaria. El jefe de Policía fue muerto en Casa de Gobierno. Un senador oficialista fue detenido y arrastrado en público. El Presidente Alvear intervino la Provincia y su comisionado, Eduardo Broquen, asumió en 1925 y declaró caducos los poderes. En 1926 se eligieron diputados nacionales y Gobernador y Vice, triunfando el bloquismo, con Aldo Cantoni como candidato. Se atentó contra éste y se persiguió hasta apresar al responsable. Aldo Cantoni asumió el 6 de diciembre de 1926.

Aumentó la presión tributaria para concretar obras públicas. Entre sus obras, destacan: el estadio abierto del parque de Mayo, la ampliación y traza definitiva de éste y la ampliación y consolidación de carreteras, especialmente en Precordillera. Los impuestos a la propiedad y la producción vitivinícola perjudicaron a los productos locales. Se aplicaron medidas laboralistas como: declarar feriado el 1º de mayo (antes que a nivel nacional), creación de la “Colonia Fiscal Sarmiento” (distribución de lotes con regadío a agricultores sin tierra y con familia). Los opositores formaron la “Liga de Defensa de la Propiedad, la Industria y el Comercio”, que accionó ante el gobierno y periodismo nacionales.

En 1927, una Convención Constituyente con mayoría bloquista, reformó la Carta Magna Provincial, en cuestiones como éstas: prolongó el mandato gubernamental a cuatro años; tornó la Legislatura de bicameral en unicameral; por primera vez en Argentina reconoció el derecho a voto de la mujer y a todo ciudadano: seguridad económica, lote-hogar, jornada laboral, salario mínimo, sindicalización, salud pública y seguro. Fue laicista, al suprimir la invocación a Dios, la obligatoriedad de los gobernantes de jurar por Dios y el sostenimiento del culto. Dio opción de enseñanza laica en escuelas oficiales. En 1928 hubo elecciones según esta Constitución y entre otros, resultó electa primera diputada provincial mujer en Sudamérica, Emar Acosta.

El descontento de opositores, acogido por el periodismo y el Congreso Nacional, devino en otra intervención, de Modestino Pizarro (por Hipólito Yrigoyen), quien asumió en diciembre de 1928, declaró caducos los poderes, suspendió impuestos a la uva y el vino y dispuso un revalúo inmobiliario. El ex - Gobernador Aldo Cantoni y sus funcionarios fueron encarcelados sin sentencia judicial. Tras la destitución de Yrigoyen por José Félix Uriburu en 1930, fue nuevo Interventor Marco Avellaneda, quien, no pudiendo cumplir sus propósitos, renunció seis meses después. Lo sucedió Celso Rojas, por Agustín Justo, quien asumió en 1931, inauguró el ferrocarril San Juan-Jáchal y ocho meses después renunció. El último Interventor de éstos, también por Justo, fue Delfín Ignacio Medina, que

convocó a elecciones, proclamó ganadores y entregó el mando a electos, nuevamente encabezados por Federico Cantoni, quien había adherido a la fórmula Agustín P. Justo-José Nicolás Matienzo, rechazando a Agustín P. Justo-Julio Argentino Roca (h).

El 18 de febrero de 1832, el Interventor entregó el mando al Presidente de la Legislatura, Sigifredo Bazán Smith, quien, ejerciendo el Gobierno, cesantó empleados y los reemplazó por correligionarios. Defendiendo una fecha histórica de asunción, Federico Cantoni fue investido el 12 de mayo del mismo año. Una vez asumido, retomó la presión tributaria y la obra pública. Con un impuesto a la uva construyó la Bodega del Estado. Estableció un seguro contra el granizo. Anuló el reavalúo de la intervención y mandó confeccionar boletas complementarias para compensar lo abonado; los contribuyentes suscribieron pagarés para emitir debentures que circularon como moneda, pero depreciados. Mucha cosecha de 1933 se dejó perder, por su bajo precio, que no cubría gravámenes. Se abrieron escuelas primarias, agrícolas y especiales.

(Videla, 1984: 262-278.)

Marco teórico

Eliseo Verón (1987: II-VII) sostiene que:

... la actualidad... es un producto... que sale de esa fábrica que es un medio informativo. Los medios no ‘copian’ nada...: producen realidad social... medios hay muchos.... De modo que hay muchos ‘modelos’ de la actualidad.... Los distintos ‘modelos’ de la actualidad están contruidos para distintas audiencias....

Y añade:

... los medios producen la realidad... en tanto realidad en devenir, presente como experiencia colectiva para los actores sociales.... La actualidad... existe en y por los medios informativos.... los hechos que componen esta realidad social no existen en tanto tales... antes de que los medios los construyan. Después [de] que los medios los han producido... estos hechos tienen todo tipo de efectos.... los acontecimientos sociales empiezan a tener múltiples existencias, fuera de los medios: se los retorna al infinito en la palabra de los actores sociales, palabra que no es ‘mediática’... dicha realidad es nuestra realidad vale decir inter-subjetiva.

Luego continúa aseverando que:

..., cada uno de nosotros cree en los acontecimientos de la actualidad; damos crédito..., a alguna imagen de la actualidad. Sin embargo, en la enorme mayoría de los casos no hemos tenido ninguna

experiencia personal de los hechos en cuestión. En consecuencia, nuestra creencia no se funda... en una 'experiencia vivida' de esos hechos. Si damos crédito es porque algún discurso ha engendrado en nosotros la creencia y en él hemos depositado nuestra confianza.... Recordemos... este principio fundamental: en nuestra relación con los medios, no es porque hemos constatado que un discurso es verdadero que creemos en él; es porque creemos en él que lo consideramos verdadero.

Remata diciendo:

Los medios electrónicos producen una experiencia del devenir social.... Pero esta experiencia es colectiva y totalmente autónoma respecto de la experiencia subjetiva.... Estos dos órdenes de experiencia son, hablando con propiedad, definitivamente incomparables. El surgimiento de la televisión nos ha permitido comprender, mirando hacia atrás, la verdadera naturaleza de los medios informativos: *máquinas de producción de realidad social*.

Metodología

Objeto

Diario "La Reforma", aparecido entre 1924 y 1949.

Criterio de muestreo

Como las colecciones de periódicos están incompletas en las hemerotecas de: Archivo Provincial, Museo Gnecco y Biblioteca Franklin, adoptamos como criterio, por cada año de edición, tomar el primer ejemplar disponible, el último disponible y uno intermedio. De cada ejemplar, se considerarán las noticias nacionales y locales de la primera página.

Corpus

En la Hemeroteca del Museo Histórico Provincial "Agustín V. Gnecco", el primer ejemplar disponible, el último disponible y uno intermedio de este periódico en 1926.

Categorías

Siguiendo a Verón (1981/1987: 10-11):

Puede hacerse una distinción entre lo que se refiere... al acontecimiento (A) y lo relativo a sus

consecuencias (C). Pero dentro de esta primera diferenciación se distinguen... dos modos de procesamiento discursivo que pueden calificarse de 'discurso técnico' (T) y 'discurso no técnico' (no T), lo que permite distribuir el material... en un esquema de doble entrada e identificar los elementos que... escapen a esta clasificación.... la distinción entre los procesamientos técnico y no técnico de la de la descripción, cuando se aplica a las consecuencias, se superpone a la oposición entre consecuencias... vinculadas causalmente con el acontecimiento... y consecuencias que implican la intervención de una decisión humana....

Resultados

El diario es de opinión; incluye alta proporción de publicidad. No cita fuentes. Se confunde con el partido político o su líder, del cual es órgano de difusión y asumido como tal, interactúa con su enfrentante -Diario Nuevo-; se configura como protagonista y delimita como claro y reconocible antagonista a ese otro medio.

La mayoría de los textos son informativos o de opinión, no argumentativos; los últimos incluyen críticas, con sorna, a "Diario Nuevo" (su competencia), a cuya institución o a cuyos responsables, trata de: "pobres gatos", "diariucho de la calle Mitre", "diario jesuita", "estúpido", "ridículo". En una oportunidad, utilizan un titular de portada para acusarlos y mostrarlos encarcelados.

Incluye editorial, excepto que esté sustituido por una noticia excesivamente relevante, especialmente dramática. Reproduce editoriales de diarios nacionales afines y otros con el mismo alcance y posturas contrarias, para criticarlos.

Incluye cartas al director firmadas por supuestos autores anónimos, tales como "Un preso" (en contra de autoridades penitenciarias), que se puede inferir que se trata de los mismos editores, recurso éste empleado desde antes (Collado Madcur, Oyarzún y Yornet, 2005).

Una vez que asume Aldo Cantoni, incluye fotos de sus funcionarios, de estudio y no periodísticas.

Publica telegramas en adhesión a actos públicos protagonizados por los hermanos Cantoni. Menciona reuniones de la Legislatura. Gradualmente introduce e instala en la opinión pública el tema de la reforma constitucional provincial.

Al mostrar disfunciones del sistema, pretende provocar conflictos sociales.

Los interlocutores a quienes constantemente interpela son "Diario Nuevo" y por momentos al Presidente Irigoyen o los interventores federales de San Juan. También critica

a: “el orujo” (los bodegueros), “la alta sociedad”, “los de apellidos ilustres”, “los adinerados del orujo, la banca y el comercio”, “el Club Social”, “los pergaminos”, “el pedigré”, etcétera.

Imprime un tono triunfalista hacia la agrupación política a la que pertenece o representa o a su(s) principal(es) dirigentes o referentes.

Bibliografía

Berger, Peter y Luckmann, Thomas (1968). *La construcción social de la realidad* (Silvia Zuleta, Trad.). Buenos Aires: Amorrortu. (Trabajo original publicado en 1966)

Collado, Guillermo; Oyarzún, Carlos y Yornet, Cecilia (2003-2005). *Proyecto de Investigación “Periodismo y Opinión Pública en San Juan: Medios gráficos entre 1825 y 1934”: Informe Final*. San Juan: Universidad Nacional de San Juan. (Trabajo inédito)

Rodrigo Alsina, Miguel (1993). *La construcción de la noticia* (2ª ed.). Barcelona: Paidós.

Verón, Eliseo (1987). *La construcción del acontecimiento* (Beatriz Anastasi de Lonné y Horacio Verbitsky, Trads). Buenos Aires: Gedisa. (Trabajo original publicado en 1981)

Videla, Horacio (1984). *Historia de San Juan (Reseña 1551-1982)*. Buenos Aires: Plus Ultra.

PERIODISMO CULTURAL EN DICTADURA:

“ANÁLISIS DEL SUPLEMENTO CULTURAL

“DOMINICAL” PUBLICADO EN EL DIARIO “EL INTRANSIGENTE” 1978-1981”, SALTA

Arroyo María Paula

FCS - UNS /mparroyo92@gmail.com

Correa Pablo Rubén

Licenciatura en Historia – UNC / pablochatocorra@gmail.com

Nos centraremos en el análisis de un suplemento cultural

denominado “DOMINICAL” publicado en el diario Salteño “El Intransigente”. Durante el periodo de dictadura militar denominada “Proceso de Reorganización Nacional” iniciado el 24 de marzo de 1976.

Para empezar vamos a realizar un análisis de las diferentes secciones y la estructura del suplemento tomando como base los aportes de Rivera en cuanto a periodismo cultural. Para luego adentrarnos en los puntos que nos llevan a hacernos algunos interrogantes: en primer lugar que el “Dominical” fue publicado en 2 periodos (1967 y de 1978 a 1981) durante dictaduras militares, esto nos llevó a pensar si este suplemento cultural es una respuesta a las dictaduras o un herramienta de legitimación de las mismas. En segundo lugar, destacamos que los actores que aparecen escribiendo artículos en el “Dominical”, en gran medida pertenecen a los círculos académicos de la Universidad Nacional de Salta, lo que nos deja abierto al interrogante de cuál fue el rol de estos académicos en la publicación del suplemento.

Vamos a sostener que el “Dominical” en apariencia se puede pensar que significa para los intelectuales una forma de seguir dando a conocer sus escritos, pero si analizamos a los actores y el contenido de los artículos (o sus silencios), entendemos que se trató en algunas ocasiones como un medio de legitimación a la Dictadura.

¿Qué es un suplemento Cultural?

Para ello considero importante partir desde las definiciones de suplementos culturales y periodismo cultural, ejes centrales del trabajo.

La RAE define al suplemento como “hoja o cuaderno que publica un periódico o revista y cuyo texto es independiente del número ordinario”, Podríamos definir al suplemento como una sección separada del cuerpo central que se integra y se excluye del propio medio.

Según la autora María J. Villa el suplemento cultural “es un territorio que se delimita por su designación y presentación, pero es más complejo que su constitución discursiva”. Este tipo de publicación es un espacio de propagación y opinión que a su vez legitima los productos del área.

¿Qué es el Periodismo Cultural?

La denominación de periodismo cultural se aplica en la actualidad a un campo extenso y heterogéneo. Su propia enunciación sugiere relaciones u oposiciones entre dos campos de por sí amplios con variedades semánticas e históricas, como el del periodismo y el de la cultura.

Para el periodista e investigador Jorge Rivera, el

periodismo Cultural se ha consagrado como una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las “bellas artes”, “las bellas letras”, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental” (1995, p.19).

Podemos decir entonces que existe una imposibilidad de definir rigurosamente al periodismo cultural debido a que este presenta una variedad de públicos, amplitud de objetivos diferentes grados de profesionalización, una basta y heterogénea circulación. Pero a su vez enriquece nuestra tarea.

El “Dominical” e intelectuales salteños

Como lo mencionamos al inicio, el trabajo está centrado en el análisis del suplemento cultural “dominical” que publicaba en el diario El Intransigente, uno de los medios gráficos de mayor circulación en la provincia de Salta.

El Diario “EL INTRANSIGENTE” fue fundado el 17 de abril del año 1920 frente a las facciones políticas y religiosas que imperaban en la época, nace de mano de un sector del radicalismo, su nombre “intransigente” alude directamente en la defensa de los principios democráticos.

Desde sus inicios el medio procuró mantener siempre un espacio para la difusión del arte la literatura, donde se incluía la producción de autores locales, y en algunas ocasiones nacionales y extranjeros.

Teniendo en cuenta lo mencionado es importante señalar que el medio implementa los suplementos culturales en dos periodos, el primero 1967 con la difusión de un suplemento literario que circulaba los días sábados y el segundo a partir de 1978 hasta 1981 el cual conocemos como “dominical”, suplemento a analizar.

Dominical sólo se ponía en circulación los días domingos, con menor cantidad de hojas que un diario convencional (24 hojas las cuales se dividían en catorce secciones). Por su parte, este suplemento, que circulaba los días domingos poseía una cantidad de 12 hojas, en las que se distribuían secciones fijas como

- Docencia
- Cultural-Temas filosóficos
- Economía nacional
- Economía regional

- Política nacional
- Locales
- El Mundo
- Aniversarios
- GEICOS (Grupo Empresario Interregional del Centro Oeste Sudamericano) que se va a repetir en la mayoría de las ediciones de octubre-noviembre de 1978.

Esta característica de poseer secciones que podían variar según la temática que abordaba el suplemento, de acuerdo al mes o los acontecimientos nos remite a que no existía un formato fijo de diagramación y redacción pautada para el mismo.

Entendemos a la diagramación como una figura grafica que distribuye la composición de una página, como así también comprendemos que diagramar es comunicar, si bien dominical no poseía una diagramación fija, si identificamos un patrón de diseño periodístico tales como:

- El nombre del medio y del suplemento se ubicaban en la en la parte superior de la portada.

En el podemos ver que el nombre del medio se encuentra acompañado con un icono y una leyenda la cual dice “el decano de la prensa del norte”, acompañado del día, mes y año de edición.

El nombre del suplemento se encuentra escrito con letras de imprenta minúscula al lateral derecho del nombre del medio y con un mayor tamaño y distinta tipografía.



- Portada: la portada del suplemento es considerada de suma importancia ya que ella cumple la función de anticipar el tema de mayor jerarquía, la portada debe causar un impacto en el lector, para ello se recurre a herramientas como fotografías ilustrativas, que hacen alusión al tema o los temas relevantes.

En cuanto a la diagramación de la misma hay una variación encontraremos suplementos que poseen una diagramación simétrica o balanceada, como así también , en forma de abrazadera, e incluso como el rectángulo de langdon Jorn y en muy pocas ocasiones una diagramación quebrada.

- Títulos, en repetidos suplementos la titulación se realizó en formato “desplegado o bandera” y otras lo podemos encontrar centrado, alineado a la izquierda o alineado a la derecha.

Estos elementos mencionados solo remiten a la

diagramación de la portada del suplemento, en el cuerpo del mismo podemos identificar que está presente la ausencia de un patrón establecido de diagramación en cuanto a la tipografía, el paratexto de una noticia (volanta, título, bajada, lead) entre otros.

Aun así considero importante mencionar que los únicos patrones gráficos establecidos y que se repiten en el cuerpo del suplemento son las numeraciones de cada hoja realizada en números romanos incluidas la portada, como así también las noticias o notas distribuidas en su mayoría en tres columnas simétricas que hacen posible la lectura y comprensión de las mismas, cabe aclarar que en el caso de las noticias/notas extensas el patrón de tres columnas desaparece.

Continuando con el análisis del suplemento es importante mencionar que el mismo inicio su difusión a partir del año 1976 en donde encontraremos escasos ejemplares ya que no tuvo gran impacto. Su mayor difusión y masividad se da a partir del año 1978, es aquí en donde sus publicaciones cobran un mayor auge.

Cabría preguntarse ¿por qué motivó se empezó a publicar este segmento en la dictadura? a quién estaba destinado? ¿Qué publicó? ¿Cuál era el contenido?.

Me parece importante mencionar que durante este periodo también surgen a nivel País las publicaciones culturales denominadas “subte” (suplemento del Diario el Clarín) la revista Expreso imaginario).

Retomando el análisis el año 1978 fue trazado por sucesos culturales legitimadores del proceso de reorganización nacional instaurado por las fuerzas armadas argentinas, un ejemplo de esto fue la organización y ejecución de la copa mundial de Fútbol, que sirvió para ocultar la represión, las desapariciones forzadas y los crímenes de lesa humanidad que se venían gestando en el periodo.

La prensa gráfica y los intelectuales no quedaron al margen de este movimiento cultural, que se instauraba en el país, tal es así que en el Suplemento Cultural “Dominical” publicado el día domingo 20 de Agosto de 1978, la portada presenta una entrevista al entonces secretario de Cultura el DR Raúl Casal, que se denominaba de manera metafórica “el proceso político cultural” entrevista que fue llevada a cabo por los periodistas Néstor Salvador Quintana y Muloni Nelson, en donde podemos observar hacia a donde se orientaba el término cultura durante ese periodo.

Dominical contaba con diversos artículos que componen a lo que conocemos como géneros del periodismo cultural, entre ellos las críticas literarias, las notas y servicios de aniversarios, columnas noticiosas, la polémica, las entrevistas entre otros.

Una particularidad de este suplemento es que poseía

un carácter educativo y con una fuerte impronta académica, un ejemplo de ellos es en la sección “cultural” podemos encontrar la divulgación de artículos filosóficos publicados por intelectuales y docentes de la carrera de Filosofía de la Universidad Nacional de Salta, como por ejemplo Leonor Navamuel de Figueroa quien redactó un artículo para la sección cultural “tema filosófico” que se titulaba “la copla como palabra dialógica”, así también Elena Teresa de Jose, quien impulsa el denominado Noviembre filosófico Salteño, lo cual es una serie de artículos publicados en el suplemento con el fin de ratificar la vigencia de la filosofía en Salta, para poder llegar a un público no especializado que se vea inquieto, con esto se pretendía que la filosofía no solo sea una práctica llevada a cabo por docentes y estudiantes sino más bien que esta actividad se extienda a periodistas, profesionales y personas que puedan estar interesadas a debatir temas de filosofía.

Otros intelectuales que podemos encontrar en estos suplementos son la ex docente de la Universidad Nacional de Salta Mercedes Pulo de Ortiz, como así también Mario Casalla, Alicia Chiban, Eduardo Rabossi, Arturo García Astrada, Luis Giacosa, Jacobo Rengen, entre otros.

A modo de cierre

A modo de conclusión del primer avance del diseño de investigación puedo determinar que este Suplemento Cultural formó parte de un proceso en donde los intelectuales de Salta buscaban una alternativa para poder dar a conocer escritos, sus críticas literarias, sus temas filosóficos, o sus posturas económicas, de la misma manera puedo dar cuenta como mucho de los intelectuales que participan en el medio años más adelante conforman el congreso Nacional de Filosofía llevado a cabo en el año 1980, el cual contó con la participación del Rafael Videla quien brindó el discurso de clausura. Esto me lleva a pensar en si hablamos de legitimación de un proceso o búsqueda de una alternativa para seguir publicando.

Bibliografía

- Rivera, J. (1995). El periodismo Cultural. (3ra ed.). Buenos Aires : Paidós.
- Rodríguez, S. (2007). Periodismo y Literatura-El campo cultural Salteño del '60 al 2000. (1ra ed.). Salta: EUNSa.

LA PRENSA COMO DISPOSITIVO URBANO. REFLEXIONES EN TORNO AL EJERCICIO PERIODÍSTICO DESDE LOS CLIMAS DE ÉPOCA

Demarchi, Paola Vanesa

DCC - UNRC / paolademarchi@gmail.com

Palabras claves: discurso mediático; emergencias sociales; orden urbano; práctica periodística; poder/saber

En el presente trabajo partimos de la preocupación por el carácter “natural” y evidente que adquieren en las sociedades modernas las construcciones discursivas sobre lo esperable y deseable para la ciudad y sobre aquellos aspectos considerados problemáticos para las normas de urbanidad convenidas. Particularmente, nos interesamos en identificar y analizar las concepciones sobre el orden urbano y las *emergencias sociales*¹⁵⁵ que se manifiestan a lo largo del siglo XX en los tratamientos informativos de la prensa riocuartense (Demarchi, 2013).

Consideramos al campo mediático un espacio pertinente para estudiar la efectividad histórica de determinada concepción del mundo. La manera en que los medios de comunicación se refieren a esas *emergencias* se incluye dentro de un marco más general que contiene los saberes e ideas hegemónicas de la sociedad de cada momento. Por este motivo, no debemos desprender dicho tratamiento informativo de un particular *clima de época* que definirá -en un determinado estado de sociedad- las maneras regulares de conocer y juzgar el mundo.

Clima de época

La noción *clima de época*, como construcción histórico-cultural -y parte de un devenir-, nos permite referirnos a ciertas significaciones que dotan de sentido estructurado y diferenciado a la realidad y al modo en que se producen y hacen circular esos sentidos. Nos referimos a un conjunto de regularidades epocales que otorgan sentido

155 Con *emergencias* sociales nos referimos a experiencias que no se ajustan a lo que en las definiciones dominantes del orden social se constituye como esperable y deseable; áreas de significación que son reveladoras tanto en sí mismas como en lo que dejan ver respecto de las definiciones dominantes.

a diferentes discursos de una época, a la manera en que un determinado estado de sociedad sostiene ciertas concepciones acerca del orden y al sentido problemático con el que inviste al mundo y su lugar en éste. Nos interesamos en las definiciones de lo que para una sociedad es lo “valorado” o lo “rechazado”, lo “normal” o lo “patológico”, lo que tiene sentido y lo que no lo tiene, lo cuestionable y lo imposible de ser siquiera pensado.

El *clima de la época* no se conforma por una única corriente de “ideas dominantes”, sino más bien de las diversas corrientes discursivas, sus puntos de conjunción y ruptura, y las relaciones de poder entre ellas. Para intentar describir un particular *clima de época* es necesario, entonces, considerar al discurso en la coyuntura en que aparece. Lo importante se halla en la pregunta por el funcionamiento de lo que se considera verdad en determinado estado de sociedad.

En el presente trabajo pretendemos señalar que al centrar la atención en una práctica discursiva en el marco del conjunto de hechos históricos en donde se inserta, el concepto *clima de época* permite extender la mirada e introducir ese dispositivo discursivo en un dispositivo mayor. Entonces, así como cuando analizamos un discurso observamos tendencias hegemónicas, al considerar el funcionamiento de una institución debemos discurrir en los mecanismos de poder que implementa en el marco de una estrategia epocal.

Dispositivo urbano: reflexiones en torno a la práctica periodística

El espacio urbano constituye un ámbito de articulación de instituciones, saberes, reglamentos, arquitecturas. Conjunto de elementos que, si bien son heterogéneos, tienen un nexo que posibilita su articulación y que tienen como meta responder a diferentes urgencias en el marco de la mecánica de un dispositivo. En las postrimerías del siglo XIX y en los primeros años del siglo XX es posible observar, en nuestras latitudes, la emergencia de un dispositivo particular orientado a *defender la ciudad*. Ubicamos su génesis con relación a los procesos de urbanización-industrialización que modificaron la fisonomía de la ciudad y los parámetros de lo esperable.

Un dispositivo no es algo abstracto, existe situado históricamente acoplado a determinados regímenes históricos de enunciación y visibilidad (Foucault, 1992, 2009). Como señala García Fanlo (2011), se trata de una red de relaciones en las que está implicada una forma determinada de ejercicio del poder y de configuración del saber que hacen posibles determinados efectos de verdad y realidad.

Abordar a los medios de comunicación como un *dispositivo* implica introducir su accionar

en las relaciones de saber/poder en las que se inscribe. En este sentido, consideramos que sus construcciones operan dentro de una empresa más amplia de instituciones y saberes sobre la ciudad moderna y que su funcionamiento se encuentra movilizado por las transformaciones en las maneras dominantes de mirar. Nos referimos a los medios de comunicación como un espacio de articulación de una tecnología fundamental en los procesos de urbanización, puesto que producto de sus mecanismos de observación y de registro, de sus procedimientos de investigación y aparatos de verificación se constituye en un agente crucial en la difusión y consolidación de un saber sobre la ciudad.

La prensa, por ejemplo, constituye una institución valiosa al ser vehículo de proyectos, propulsora de valores, instrumento de debate y uno de los principales medios para construir ideas e imágenes de la ciudad (Alonso, 2003). Aunque desde su nacimiento se vinculó estrechamente con el desarrollo de las ciudades y del comercio, será en la última mitad del siglo XIX que la ciudad y sus problemas entren en el universo de los periódicos.

Entonces, como señala Beatriz Marocco (2002), después de ser el espacio para la presentación de las batallas, de los relatos de la administración pública, o de servir de tribuna a los políticos, los periódicos entran en estrecha conexión con un conjunto de instituciones con el objetivo de desarrollar un saber sobre la ciudad y los referentes del desorden.

En esta nueva posición el periodista ya no se encuentra ligado con los partidos políticos, las elites económicas o con los hechos de la administración pública, sino con una red difusa e intangible de intereses sociales. El profesional se desplaza del interior del núcleo del poder político hacia diferentes lugares de la ciudad, para observar y narrar las historias de algunos sujetos y de la infinidad de males que se cree que transmiten. Del *dispositivo pedagógico formador de ciudadanía* que describe Ramos (2009), la prensa se inserta en un *dispositivo urbano* más abarcador. Su actividad se liga, de esta forma, a una serie de instituciones y de exigencias económicas y políticas de regulación social.

Aunque la historiografía periodística reconozca que la ciudad suele ser la fuente principal de información, poco revela sobre estas vinculaciones de las construcciones periodísticas con un proyecto urbano mayor. En este sentido, a nuestra consideración del discurso mediático como un espacio pertinente para dar cuenta de lo que se constituye hegemónico en un momento y lugar determinado, sumamos nuestra atención en el periódico como uno de los registros más ubicuos de la ciudad, como uno de los espacios tácticos que generan un saber

sobre el espacio urbano en articulación con los proyectos de modernización de la ciudad.

Consideraciones finales

Considerar la historicidad de construcciones periodísticas permite reconocer en el complejo entramado de relaciones en donde operan un factor determinante para su funcionamiento.

A través del presente trabajo, pretendemos abrir otros interrogantes al momento de analizar a la prensa en virtud de los intereses a los que parece asociarse, al poner en discusión cuestiones profundas respecto de los modelos de organización social que priman en distintas épocas. En este sentido, consideramos que las concepciones periodísticas sobre la ciudad y las emergencias sociales resultan consecuencias del modo en que se dispone ese orden social en los tratamientos informativos. El protagonismo del Estado o del mercado en esa configuración, por ejemplo, ofrece un elemento valioso para analizar transformaciones cualitativas en la práctica periodística.

Nuestras preocupaciones pretenden cuestionar el carácter natural de las construcciones mediáticas y preguntar qué fue lo que las hizo posible. Consideramos que las respuestas no pueden ser encontradas en la inmanencia de los discursos periodísticos. El *clima de la época* nos permite problematizar el carácter construido de estas concepciones y su incidencia en la comprensión de los procesos sociales emergentes.

Bibliografía

- ALONSO, P. (2003). "Introducción", *Construcciones impresas, panfletos, diarios y revistas en la formación de los estados nacionales en América Latina, 1820-1920*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- DEMARCHI, P. (2013). "El devenir de las construcciones periodísticas sobre la ciudad y las emergencias sociales (XX). Prensa, orden urbano y clima de época". Tesis de Doctorado. Inédito. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Universidad Nacional de Rosario.
- FOUCAULT, M. (1992) [1979], *Microfísica del poder*, Madrid: Editorial La Piqueta.
- . (2009) [1975], *Vigilar y Castigar, nacimiento de la prisión*, Argentina: Siglo veintiuno editores.
- GARCÍA FANLO, L. (2011). "¿Qué es un dispositivo?: Foucault, Deleuze, Agamben", *Revista de Filosofía A Parte Rei* 74. [En línea], citado en julio de 2013, <<http://>

serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/fanlo74.pdf.

MAROCCO, Beatriz, 2002, “Prostitutas, jugadores, pobres y vagos en los discursos periodísticos. Porto Alegre – siglo XIX”, Memoria para optar al grado de Doctora, Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.

RAMOS, J. (2009) [1989], *Desencuentros de la modernidad en América Latina*, Venezuela: Fundación Editorial El perro y la rana.

LA REINA DEL HOGAR: USOS

DOMÉSTICOS DE LA RADIO ENTRE

1950 Y 1960

Coconier, Priscila

UCES / priscila.coconier@gmail.com

Schiavinato, Nadia

UCES / nadiaschiavinato@gmail.com

Sosa Rodríguez, Analía

UCES / analiasosarodriguez@yahoo.com.ar

Palabras claves: consumos culturales;- audiencias; espacio doméstico; opinión pública; entretenimiento

Introducción

Este artículo presenta los resultados preliminares de una línea de investigación desarrollada dentro de la cátedra Historia de los Medios y de la Comunicación de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. La cátedra lleva adelante un proyecto permanente de investigación acerca de la historia de la radio en Argentina desde la perspectiva de las audiencias. En este contexto, el objetivo de este trabajo es indagar acerca de las características que asume el consumo de programas de radio de mujeres amas de casa durante las décadas de 1950 y 1960 en Buenos Aires.

La literatura especializada describe a las décadas de 1930 y 1940 como la “época de oro de la radio”, ya que en ese período se masificó su llegada al público y se consolidó la

función social y cultural del medio a través de fenómenos como el radioteatro y la asistencia a los auditorios de las emisoras, en los cuales se presentaban sus respectivas orquestas estables (Bosetti, 1994; Lindenboim, 2013; Matallana, 2006; Tobi, 2008). A partir de la primera transmisión de radio, realizada en 1920, las emisoras se habían multiplicado: Radio Cultura, Radio Sudamérica, Radio La Nación, Radio Libertad, Radio Brusa, Radio La Razón y Radio Brusa, entre otras, poblaban el dial de Buenos Aires. Esta multiplicidad de emisoras, sumadas a la popularidad del tango y del folclore, hicieron que la radio se convirtiera rápidamente no sólo en la compañía del hombre y la mujer en sus tareas cotidianas, sino además en el principal vehículo de difusión de cultura entre las clases populares.

Hacia la década de 1950, con la llegada de la televisión al país, comienza un lento proceso de readaptación de la radio, que se orienta a la emisión de música grabada, noticias y deportes. La masificación de la televisión en la década de 1960 y el surgimiento de la radio a transistores, que permitió que la radio pudiera ser utilizada sin necesidad de estar conectada a la electricidad, hicieron que el dispositivo televisivo se instale como el principal elemento de entretenimiento del hogar (Agusti y Mastrini, 2005; Espada, 2018). La radio, por su parte, se convirtió en un elemento de compañía, que brindaba información de manera continuada. En este sentido, y a los fines de este trabajo, se hará hincapié en las formas que adquiere el consumo de radio por parte de las amas de casa, quienes eran las que en las décadas estudiadas pasaban más tiempo solas dentro del hogar, mientras los hijos estaban en el colegio y los hombres trabajando (Stranges, 2014).

En lo que respecta a la caracterización de la población femenina en Argentina en las décadas mencionadas, puede señalarse que, según el censo de población de 1947, las mujeres económicamente activas sólo representaban el 20% de la masa laboral (Wainerman, 2007). Desde comienzos de siglo, la participación de la mujer había comenzado a descender hasta llegar, en este período, al punto más bajo en la historia del país. Este repliegue hacia el espacio doméstico puede explicarse por las ideas que el peronismo sostenía en consideración al rol de la mujer: si bien la figura de la trabajadora era honrada en las piezas de propaganda y en el discurso peronista, se desalentó su incorporación al trabajo extradoméstico por considerarse que ponía en crisis el cuidado de la familia y los deberes maternos; al igualarse en el trabajo a los hombres la mujer se “masculinizaba” (Gené, 2005). Si bien la situación política de la mujer cambió a partir de la aprobación de la Ley de Sufragio Femenino en 1947 y a la creación del Partido Peronista Femenino en 1949 (Barry, 2009), la estadística social indica que durante las décadas de 1950 y 1960 la mayoría de las mujeres ocupaban en sus familias el rol de amas de casa.

Según Wainerman (2007) la estructura del empleo se modifica recién hacia 1970, década en la que las mujeres se incorporan masivamente al mercado laboral, sobre todo en el área de servicios.

Aspectos metodológicos

¿Qué escuchaban, cómo se informaban, qué radios consumían estas amas de casa de 1950 y 1960? ¿Cuáles eran sus emisoras preferidas, los locutores que seguían, los informativos que las vinculaban con el mundo extradoméstico? En las líneas que siguen se sintetizan los resultados preliminares de una serie de entrevistas en profundidad llevadas a cabo a mujeres oyentes de radio mayores de 80 años que fueron amas de casa entre las décadas de 1950 y 1960. Mujeres que votaban, que se interesaban por los acontecimientos cotidianos de la sociedad en la que vivían, pero que trabajaban dentro de su hogar. La entrevista en profundidad como herramienta metodológica nos permitió indagar en los significados que las informantes otorgan a los sucesos vividos, permitiéndonos acceder no sólo al recuerdo sino también a las representaciones sociales que dichas vivencias sustentan (Arfuch, 2002). Según Koremblit (2007) la historia de vida implica un rastreo detallado de la trayectoria vital de una persona, a través de la cual se puede acceder al conocimiento de lo social por medio de la experiencia individual.

Asimismo, buscamos rescatar sus experiencias como oyentes, ya que creemos junto con Castiglione (2013) que el rol del oyente nunca es pasivo. A través de sus elecciones, reformulaciones y significaciones el oyente construye sentidos que organizan su mundo y a través de los cuales representará los sucesos sociales a los que tengo acceso a partir del dispositivo radiofónico. A los fines de este trabajo indagaremos en las características del consumo de radio de las amas de casa y de las funciones que éstas le otorgan a la radio (entretenimiento, información, compañía) en las décadas mencionadas.

La reina del hogar: política, entretenimiento y compañía a través de la radio

A partir del análisis de las entrevistas en profundidad, logramos identificar dos grandes dimensiones: una política, donde la mujer ama de casa entraba en contacto con la vida cívica y la construcción de su ciudadanía a través de programas políticos y de noticias, y una recreativa, donde el consumo individual de la radio cumplía la función de entretener y acompañar los quehaceres domésticos.

En cuanto a la dimensión política, emerge de las entrevistas el hecho de “seguir” los acontecimientos públicos a través

de la radio, la cual permanecía “siempre encendida” en el hogar. Al respecto una de la entrevistadas sugiere que le llamaba la atención escuchar la voz de los dirigentes políticos, en este caso Juan Domingo Perón en el contexto del golpe de Estado de 1955: *“la seguíamos por la radio (...) por la radio Colonia de Uruguay, prendidos a la radio Colonia porque acá se ocultaban algunas cosas para no alarmar al pueblo. (...) todo el mundo prendido a la radio porque la gente quería escuchar a Perón”* (Entrevista a G., 90 años). Otras informantes también destacaron al golpe de Estado de 1955 como una fecha especial acerca de la cual se informaron específicamente por la radio.

Asimismo, las informantes parecen no notar que a través de la radio podían construir sus propias opiniones políticas, ya que describen a los informativos de la época como “objetivos”, “serios” y “profesionales”. Llama la atención que en una misma frase admiten que existía la censura, y al mismo tiempo declaran que ese efecto de objetividad es sinónimo de veracidad de la información: *“yo era joven y escuchaba a señores locutores que hablaban de política con una corrección y una propiedad que nunca van a molestar, porque no son fanáticos, dicen su opinión con altura y ya está”* (Entrevista a R. 83 años).

Por otra parte, el vínculo de los oyentes con la radio como compañera de trabajo o de descanso data de los comienzos de la radiodifusión, pero adquiere características particulares durante las décadas de 1950 y 1960. Tal como lo señala Romo Gil (2005) al trasladarse las funciones de entretenimiento a la televisión -tímidamente en los '50, pero plenamente en los '60- la radio asumió el rol de compañera a través de la difusión de música, noticias y eventos deportivos. En casi todas las entrevistas se destaca con especial importancia el espacio que ocupaba la radio en el hogar, que en la mayoría de los casos suele ser la cocina: *“la radio estaba en una repisa en la cocina (...) ahí se desayunaba, se tomaba el té, la radio se oía según el que estaba y si alguno te lo sacaba era ¡ah! (grita)”* (Entrevista a G. 90 años); *“mi marido se afeitaba, yo con el mate mientras él se afeitaba. La radio era el fondo del paisaje, él se afeitaba, yo cocinaba, todo se hacía con la radio, era una compañía”* (Entrevista a R., 83 años).

Tanto en lo que se refiere a la información como al entretenimiento, las entrevistadas reconocen con asombro que la mayoría de los locutores que escuchaban eran hombres, y que en los programas no había ningún tipo de contenido especial para mujeres: *“no me acuerdo ningún programa que haya sido para mujeres. Ahora hay cantidad, pero antes no. Me parece que la mujer encontró su lugar más en la televisión”* (Entrevista a G. 90 años).

Conclusiones

En 1940 la radio se consolidó, en palabras de una de las entrevistadas, como *“la reina ordenadora del hogar”*,

penetrando en la vida cotidiana de las familias. Se estima que a mediados de esta década había un aparato receptor en cada casa (Ulanovsky y otros, 1995) indispensable a la hora de informarse y entretenerse. A partir de la llegada de la televisión al país en 1951, la programación que la radio ofreció a sus oyentes adquirió formas novedosas, que encontraron a su vez nuevas formas de ser consumidas (Schiavinato y Sosa Rodríguez, 2017).

En este trabajo intentamos dar cuenta de dichos cambios a través del análisis de las formas de la recepción en un sujeto histórico específico: el ama de casa de mediados del siglo XX. A través de entrevistas pudimos reconstruir los sentidos de lo cotidiano y pusimos nuestra mirada en las maneras de informarse y de sentirse acompañadas a través de la radio. Concluimos que el consumo de radio en el ámbito de lo doméstico no sólo funciona como una compañía, sino que además contribuye al ejercicio de la ciudadanía informando sobre cuestiones del día a día de la política. Sin embargo, estos consumos tienden a reforzar el status quo, ya que ninguna de las entrevistadas señala la necesidad de chequear la información recibida a través de la radio con otros medios de comunicación. Tampoco se cuestiona la falta de mujeres en el aire, ni que no haya temas dirigidos al interés específico de la mujer. En este sentido, los consumos radiofónicos de las décadas de 1950 y 1960 ubican a la radio y a la mujer “en la cocina”, compartiendo ambas el podio de “reinas del hogar”, sin posibilidad de pensarse por fuera del espacio doméstico.

Bibliografía

Arfuch, L. (2002). *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Agusti, S. y Mastrini, G. (2005). Radio, economía y política entre 1920 y 1945: de los pioneros a las cadenas. En Mastrini, G. (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina*. Buenos Aires: La Crujía.

Bosetti, O. (1994). *Radiofonías: Palabras y sonidos de largo alcance*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.

Barry, C. (2009). Eva Perón y la organización política de las mujeres. En Prado, M. (org.). *Vargas y Perón: aproximaciones & perspectivas*. San Pablo: Memorial de América Latina. Recuperado de: <https://www.udesa.edu.ar/sites/default/files/paperbarry.pdf>

Castiglione, M. (2013) Representaciones sociales en el uso de la radio en Argentina entre 1935 y 1960. En Badenes, D. (comp.) *Historia Oral de los Medios*. Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado de: <http://alimentos.web.unq.edu.ar/wp-content/uploads/sites/46/2018/08/E-book.-Historia-oral-de-los-Medios-Daniel-Badenes.pdf>

<http://unidaddepublicaciones.web.unq.edu.ar/wp-content/uploads/sites/46/2018/08/E-book.-Historia-oral-de-los-Medios-Daniel-Badenes.pdf>

Espada, A. (2018). *Historia de la radio: de la tecnología al medio, el descubrimiento (Segunda entrega)*. De la crisis post televisión a la renovación de la FM. *Revista Fibra* N° 19. Recuperado de: <http://papel.revistafibra.info/historia-la-radio-segunda-entrega/>

Fraticegli, D. (2011) Los cambios de la programación radiofónica cuando aparece la televisión en *La Trama de la Comunicación*, Volumen 15. UNR Editora. Recuperado el 13 de octubre de 2017 de: <https://comycult.files.wordpress.com/2017/04/cambio-programacion-de-radio-con-la-tv.pdf>

Gené, M. (2005). *Un mundo feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo, 1946 - 1955*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Korembli, A. (2007). *Historias y relatos de vida: Una herramienta clave en metodologías cualitativas*. En Korembli, A. (coord.). *Metodologías cualitativas: modelos y procedimientos de análisis*. Buenos Aires: Biblos

Lindenboim, F. (2013). La conformación de una radiofonia comercial en Argentina. *Herramientas de la Red de Historia de los Medios*, 3 (9). Recuperado de: http://www.rehime.com.ar/escritos/herramientas/herramienta_09.php

Matallana, A. (2006). *Locos por la radio: una historia social de la radiofonia en la Argentina, 1923-1947*. Buenos Aires: Prometeo.

Romo Gil, M. (2005). *Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio*. México: Diana.

Stranges, A. (2014). *La radio: modos de apropiación*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/74362>

Tobi, X. (2008). El origen de la radio. De la radioafición a la radiodifusión y La presentación gráfica de la radio. En Fernández, J. (dir.). *La construcción de lo radiofónico*. Buenos Aires: La Crujía.

Ulanovsky, C., Merkin, M., Panno, J. J., y Tijman, G. (1995). *Días de radio (1920-1959): Historia de la radio argentina*. Buenos Aires: Espasa Calpe.

Wainerman, C. (2007). *Mujeres que trabajan. Hechos e ideas*. En Torrado, S. (comp.) *Población y bienestar en la Argentina del primero al segundo centenario Argentina. Una historia social del siglo XX*. Buenos Aires: Edhasa. Recuperado de: <http://www.catalinawainerman.com.ar/pdf/Mujeres-que-trabajan-Hechos-e-ideas.pdf>

MODELO LATINOAMERICANO Y RADIO COMUNITARIAS. DE EDUCATIVAS A POPULARES, INSURGENTES, LIBERTARIAS, ALTERNATIVAS Y TRANSFORMADORAS

Gerbardo, Judith.

Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC/
Judithgerbaldo10@gmail.com

¿Cómo fueron los orígenes de las radios comunitarias?
¿Cuáles los rasgos que las definieron en un principio, los modos de organización y las metas que se proponían?
¿Cómo se da el surgimiento de las radios en Argentina y cuáles sus legados? Entendemos que es condición de necesidad revisar esos orígenes, porque al decir de Prieto Castillo: “Todo *yo soy* incluye también un *nosotros somos*, toda historia personal; toda experiencia, toda mirada, sobrenadan el océano de las historias, experiencias y miradas de quienes nos rodean y de quienes nos precedieron en estos espacios latinoamericanos” (2005:2). Pasos necesarios para poder dar cuenta de las marcas de época, de las vertientes que las fueron nutriendo y las resignificaciones que se fueron dando en su desarrollo histórico.

Un origen latinoamericano

En América Latina, el movimiento de radios educativas, comunitarias, populares y alternativas, surge desde la necesidad de alfabetizar, educar y sensibilizar a los sectores subalternos. La iglesia católica fue una de las instituciones pioneras en la búsqueda de formas de comunicar, tomando la educación como herramienta para generar proyectos radiales. Esta modalidad comenzó en Colombia, cuando nació radio Sutatenza (1948¹⁵⁶), una de las emisoras que inspiró a numerosas experiencias populares y su multiplicación en la región.

La alfabetización por radio apuntaba a dar sentido a una nueva noción de desarrollo, orientado a la construcción de una sociedad más digna e igualitaria. Experiencia que

156 Algunos textos ubican el origen de esta emisora en 1947, tal el caso de Villamayor y Lamas (1998). Otros, como es el caso de Luis Ramiro Beltrán a quien seguimos para este punto, lo ubican en 1948.

se extendería por toda América Latina hasta dar origen a más de medio millar de radios de este tipo en 15 países. En este marco contextual ubicamos el surgimiento de las radios bolivianas, aunque cobraron plena fuerza recién desde 1952. Nacieron al calor de los sindicatos de trabajadores mineros, quienes crearon varias estaciones de radio mediante contribuciones personales obtenidas de sus magros salarios. Las frecuencias sirvieron para comunicarse en los mismos socavones y para la movilización sindical. Fueron las primeras radios latinoamericanas en poder de la clase trabajadora y utilizada para la movilización popular. La característica fundamental de esas radios fue su naturaleza participativa” (Villamayor y Lamas: 1998).

El clima social y político del momento era de transformaciones sociales globales hacia la democratización, de forma tal que los mineros bolivianos, con el lenguaje radiofónico recién incorporado, con una modalidad participativa, transmitiendo incluso desde el interior de las minas, recorriendo barriadas, escuelas y mercados populares, abrieron sus micrófonos para que la palabra fluyera y se pudieran escuchar las voces de todos.

Este tipo de radios se extendieron por América Latina, marcadas por el pensamiento desarrollista de la época, promovidas con recursos procedentes de la financiación externa, apuntaban a la “modernización” de las sociedades atrasadas, según las teorías del momento. Había una obsesión desarrollista generalizada centrada en la alfabetización de los sectores populares, en aquella época se consideraba a las radios como una herramienta clave para salir del subdesarrollo y entrar en las sociedades modernas.

El furor desarrollista fue posible al calor del apoyo brindado por instituciones privadas norteamericanas, como las fundaciones Kellogg, Rockefeller y Ford que hicieron contribuciones sustanciales, con especial atención a la comunicación para la planificación familiar “porque había demasiados pobres en el nuevo mundo”. La iglesia católica fue una de las instituciones privilegiadas para esos apoyos y la consecución de esos objetivos.

Los rasgos de época y las primeras experiencias están marcadas por la impronta tecnocrática, con cierta acriticidad del modelo planteado. Con el tiempo las radios empezaron a buscar caminos alternativos, incorporan ejes vinculados a la educación no formal, se relacionan más profundamente con los movimientos y organizaciones populares, con la obvia incidencia del pensamiento de Paulo Freire y su propuesta metodológica de la educación Popular.

Radio Sutatenza y las radios mineras bolivianas, junto a las propuestas de Paulo Freire, fueron las vertientes principales que nutrieron a las radios populares en América Latina, orientando rumbos, preferencias y

desafíos: la preocupación por lo educativo, la cercanía a los movimientos sociales, la preferencia por los sectores marginados, la búsqueda por superar las condiciones de desigualdad con opciones más igualitarias.

Radios nucleadas en Redes de Comunicación

En los setenta el contexto latinoamericano estaba marcado por luchas emancipatorias que perseguían la transformación sistémica de un continente colonizado, que latía por hacer reverdecer su identidad. Una década también, de enfrentamientos mundiales entre capitalismo y comunismo. América Latina se debate entre países con dictaduras y gobiernos civiles de perfil militar, en otros. Se trató también de una década de movimientos insurgentes armados, algunos inspirados en la revolución Cubana y otros, fruto de procesos organizativos populares y comunitarios animados y acompañados desde un pensamiento liberador. El tercer antecedente, son las experiencias educativas animadas por la propuesta pedagógica de Paulo Freire, puestas en práctica en el Movimiento de Educación de Base en Brasil, y asumidas también por la Acción Cultural Hondureña y las escuelas Radiofónicas de Nicaragua.

La fundación de ALER se enmarca en el impulso que se intentaba dar a la comunicación Católica en el continente con la presencia cada vez más fuerte de las escuelas radiofónicas en distintos países de la región. Coincidentemente y como parte del clima de época, nace la Asociación Católica de Radio y Televisión para América Latina UNDA-AL, que fomentaba la comunicación católica y la presencia de la Iglesia en los medios masivos. También participa en ese acto fundacional de ALER, el Servicio Radiofónico para América Latina SERTAL.

Las radios que tenían como objetivo principal alfabetizar, se transformaron con los años en medios de educación popular no formal y más tarde, en radios populares que expresaban luchas y esfuerzos al servicio de grupos populares. Desde sus orígenes, la radio popular-comunitaria estuvo vinculada a las luchas sociales y políticas que buscaban transformar las condiciones de desigualdad. Por estas razones principalmente, las emisoras fueron cambiando su misión, definiendo nuevos horizontes con fines sociales, para realizar así, desde su propia especificidad, aportes tendientes a cambios estructurales para una sociedad más justa.

Se trata de un momento fundacional de otras formas de comunicación, con objetivos estratégicos que apuntaban a los mencionados cambios estructurales.

En la década del 90, y frente a la globalización, la radio popular educativa se constituye en espacio de sociabilidad y de refuerzo cultural local, y, al definirse como popular, actúa para ir más allá de la democratización de la palabra

o de la comunicación con su finalidad primordial de sustituir formas de vida injustas.

Contexto que dio sentido al surgimiento en el año de 1983 de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias AMARC. Esta red consolidó en cada continente una estructura organizativa de articulación, y para el caso de América Latina se consolidó AMARC-ALC.

En los años '80, los retos de la masividad que enfrentó la radio popular, las llevó a formularse una serie de interrogantes relacionados con el rol que querían cumplir como actores sociales y políticos en el gran escenario social de la vida en América. Inquietudes que generaron muchas más oportunidades para la coordinación de acciones y la "disputa por la referencialidad" tal como designo a la puja de cada red por convertirse en referencia del movimiento de radios comunitarias, populares, insurgentes, educativas, emancipadoras, del continente.

A lo largo de los años desde sus orígenes, cada red mediante proyectos propios o articuladas entre sí ¹⁵⁷, fueron desarrollando múltiples proyectos nacionales, regionales y continentales. Espacios que propiciaron intercambios, formación, investigación y/o producción conjunta. Constituyéndose así en fuente de aportes ineludibles para el fortalecimiento de las radios comunitarias de la región.

Los alcances de las redes y las radios, los debates, las preguntas e interpelaciones que se formulaban, las búsquedas en un horizonte de posibilidades y contexto de incertidumbres, ya desde los 80 promovieron que se hablara del *Modelo Latinoamericano*.

Origen de las radios comunitarias en Argentina

El surgimiento de las radios comunitarias, populares y alternativas en Argentina tuvo lugar en tiempos de la primavera democrática, los primeros años 80, tras los años más oscuros del terrorismo de estado. Luego del silencio provocado por la dictadura militar, diversos sectores de la sociedad civil vieron la necesidad de escribir la historia con nuevos discursos, con nuevos medios, que les permitieran expresarse.

Las primeras emisoras que surgieron por esos años, hasta finales de los '80, desarrollaron sus transmisiones de manera clandestina, no había licencias ni permisos que les habilitaran. En esa época, los empresarios de la radiofonía las llamaban radios "piratas o truchas"

¹⁵⁷ En la década del 90 se conformó el G 8: El 'Grupo de los Ocho' Red que integraba a nueve organizaciones latinoamericanas de comunicación: ALER, AMARC, CIESPAL, FELAFACTS, FIP, PROA, OCLACC, RNTC, VIDEAZIMUT, WACC. Entre sus líneas de acción se encontraba la organización de los 'Festivales de Radioapasionados y Televisonarios' (Quito 1995, Bogotá 1998, Lima 2002).

(Horvatch, R; 1994: 95–101), porque transmitían sin autorización legal. El Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), regulado por el Decreto–Ley 22.285, no otorgaba licencias a organizaciones sociales, prohibido expresamente en el Art. 45 de esa norma. Se considera el periodo 1986 – 1989 como el de la mayor aparición de emisoras.

Si bien las radios comunitarias y populares de Argentina surgen en los ochenta, tras el retorno a la democracia, varias décadas después que en el resto del continente, en su mayoría se reconocen en ese destino latinoamericano, en esas vertientes democratizadoras de la palabra pública, en ese universo de radios que son “más que radios”, y que más adelante serían consideradas “espacios de agregación social” Mata (2010), “polos de identificación” Huergo (2007), espacios de reciudadanización del sujeto, Schuster (2005).

En Argentina, a finales de los ochenta y principios de los noventa, se empieza a organizar FARCO, una de las redes de radios que nuclea al mayor número de emisoras comunitarias argentinas. El Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO), integrado por casi cien radios de organizaciones sociales que desarrollan una comunicación plural y participativa, como canal de expresión de los sectores sociales y culturales.

La llegada del nuevo siglo profundiza el retiro del Estado y se caracteriza por la crisis económica. En ese marco de incertidumbre, desazón y descreimiento, las radios comunitarias continuaron su labor, cumpliendo un destacado rol en la exposición pública de situaciones alarmantes, tanto como visibilizadoras de la urdimbre del pueblo y los acontecimientos en las plazas públicas y la arena política. La reconstrucción de la historia de FARCO que sigue desde 2004 a la actualidad y en términos de acción colectiva, estuvo centrada en torno a la lucha por la Ley 26.522, de Servicios de Comunicación Audiovisual y el reconocimiento de la comunicación como un derecho ineludible de los pueblos.

La estrategia de construcción en red, ha sido una marca en el orillo de la radiodifusión comunitaria del continente. Camino que impregna no solo la producción radiofónica, sino también y fundamentalmente, las estrategias de acumulación política.

Ese legado de las redes de comunicación latinoamericanas y argentinas fue apropiado por todas las radios comunitarias. Lo patentizan en la expresión “estrategia de construcción en red” que persiguen transformaciones por diferentes vías: búsqueda de dialogicidad/ cuestionamiento/ confrontación/ ocupación del espacio público y acciones colectivas múltiples, que se reactualizan con nuevas performatividades en el espacio público mediatizado de la contemporaneidad.

Bibliografía Consultada

- BELTRÁN, Luis Ramiro (2005) COMUNICACION PARA EL DESARROLLO EN LATINOAMERICA .Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años. III Congreso Panamericano de la Comunicación. UBA. Bs. As.
- BUSSO, María C, FM BAJO FLORES, GERBALDO, Judith (2008) “*Contalo Vos Por Radio*” Proyecto Contalo Vos (Min. De Desarrollo Social de la Nación) y FARCO – Foro Argentino de Radios Comunitarias.
- BUSSO, Néstor y JAIMES, Diego (*Compiladores*) (2011) “La Cocina de la Ley” (El proceso de incidencia en la elaboración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina), Ediciones Farco 2011.
- ELFO ALER (2007) *LA VUELTA Y MEDIA. Reflexiones alrededor del Proyecto Político Comunicativo. Radios comunitarias y populares del continente*. Producción colectiva del Equipo Latinoamericano de Formadores de ALER. Disponible en: www.aler.org
- ESPERÓN, Carlos Rodríguez. “Surfeando la democracia. Radio Alternativa”. En: Lamas, E y Tordini, X. *La Tribu. Comunicación Alternativa*. Ediciones La Tribu. Buenos Aires, septiembre de 2000.
- FARÍAS, Mario y GERBALDO, Judith (2011) “Capítulo Córdoba” en “*La Cocina de la Ley*” (El proceso de incidencia en la elaboración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina). Ediciones FARCO
- FREIRE, Paulo (1970) *Pedagogía del Oprimido*. 3ª ed. Buenos Aires: Siglo XXI Editores
- Argentina S.A. (2008).
- GERBALDO, Judith (2010) *Capítulo II “Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual”*. En Libro “*Lenguajes de la Radio*”. Editorial Brujas. 2010.
- GERBALDO, Judith, LOPEZ FORERO, Fernando, ROSAS VIEILLE, Angélica (2009) (Responsables de Sistematización) “*Transformar. El camino y los andares*” ALER y AMARC
- ALC. Asociación Mundial de radios comunitarias de América Latina y Caribe y Asociación Latinoamericana de Educación
- GERBALDO, Judith *Comunicación Comunitaria/ Popular y Participación Ciudadana en el actual escenario comunicacional y Formación, para Poder; Poder, para Hacer; Hacer, para Transformar*” (2010) en Gerbaldo Judith y otros (coord.) *Todas las voces todos*, FARCO– AFSCA–Min. Desarrollo Social, Buenos Aires.
- “*Hacia la Construcción del Mapa de la Otra Comunicación*” Congreso: “Comunicación para la Transformación Social: Nuevos Desafíos en Latinoamérica” Coloquio por el 40º Aniversario de Ciencias de la Información.

Córdoba. 30 y 31 de Agosto 2012

_____ (2012) “Radios comunitarias de América Latina y Argentina. Marcas de época en la acción política y comunicativa” en el del *Dossier. La Universidad en el territorio. ¿Extensión o Comunicación?* Washington Uranga, Nelson Cardoso, Judith Gerbaldo. Pág. 25. En revista libro: *Territorio. Transformar desde la comunicación: Espacio de Comunicación e Intervención Social y Política*. UBA 2012. En formato gráfico y virtual.

_____ (2013) *Tensiones y Desafíos emergentes para las radios comunitarias en la implementación de la Ley SCA*. VI Encuentro Panamericano de Comunicación CONAPAM 2013. ECI UNC.

Horvath, R. (1986): *La trama secreta de la radiodifusión Argentina*. Edic. Unidad. Bs. As.
 LOPEZ VIGIL, José Ignacio (1997) “*Manual Urgente para radialistas apasionados*”. Quito, Ecuador.

MARTIN BARBERO Jesús (2009) *Entre Saberes Desechables y Saberes Indispensables. Agendas de país desde la Comunicación*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, C3 FES, www.c3fes.net. Bogotá, Colombia.

_____ (1987) “*De los medios a las mediaciones Comunicación, cultura y hegemonía*”. Editorial G. Gilli. Barcelona.

MATA, María C (2009): “*Comunicación comunitaria en pos de la palabra y la visibilidad social*” en “*Construyendo comunidades. Reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria*”. La Crujía. Buenos Aires.
 MATA, María C (2011) *Comunicación Popular, continuidades, transformaciones y desafíos*. Revista Oficios Terrestres.

VILLAMAYOR, Claudia y LAMAS, Ernesto (1998) “*Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*”. FES y AMARC. Ecuador.

VINELLI, Natalia – RODRÍGUEZ ESPERÓN Carlos (Comp.) (2004) “*Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*”. Ediciones Continente, Buenos Aires.

Páginas web de referencia

ALER Asociación Latinoamericana de Educación

Radiofónica: <http://aler.org/>

AMARC Asociación Mundial de Radios Comunitarias: <http://alc.amarc.org/>

FARCO Foro Argentino de Radios Comunitarias: <http://www.farco.org.ar>

EL PRIMER ESTUDIO DE CINE SONORO EN ARGENTINA: LUMITON Y “LOS LOCOS DE LA AZOTEA” ENTRE LA EXPERIMENTACIÓN TÉCNICA Y LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL (1931-1935)

Moyano, Serena Eloísa

FCS - Carrera de Ciencias de la Comunicación - Instituto Gino Germani /serenamoyano26@gmail.com

Palabras claves: Lumiton; estudios; cine; identidad

Esta ponencia se enmarca en la investigación “El primer estudio de cine sonoro en Argentina: Lumiton y “los locos de la azotea” entre la experimentación técnica y la organización empresarial (1931-1935)”, y propone exponer resultados parciales de dicho proceso.

El estudio cinematográfico Lumiton nace en 1931, momento muy cercano a la crisis financiera de 1930 y se despliega en las dos décadas siguientes hasta su quiebra en 1952, como parte de un período de consolidación de la cultura de masas en Argentina, acompañado por grandes cambios en el terreno económico, político, tecnológico y mediático. Lumiton fue fundado por Enrique Susini, César Guerrico y otros de los llamados “locos de la azotea”, quienes habían sido protagonistas de los inicios de la radiodifusión en el país desde 1920. Ambas experiencias, radiodifusión y cine sonoro, presentan entre sus semejanzas el carácter pionero y la indagación de los más recientes avances técnicos.

Este trabajo se propone, entonces, abordar comparativamente el modelo de negocio que desplegó Lumiton, contrastándolo con el proyecto precedente de LOR Radio Argentina, tomando notas de cambios, adaptaciones y nuevas estrategias.

Los diferentes aspectos analizados permiten un cuestionamiento sobre la conformación de procesos identitarios en diálogo con los conceptos de nación y territorio y cuál es el rol que ocupan en estas conformaciones los consumos mediáticos de la época.

UN ACERCAMIENTO A LAS INDUSTRIAS CREATIVAS. EL CASO DEL PROGRAMA POLO DE DISEÑO DE LA MUNICIPALIDAD DE SANTA FE

Erbes, Martín

FCE – UNER / maartinerbes@gmail.com

Palabras claves: industrias creativas; diseño; proyectos creativos; Municipalidad de Santa Fe

Desde su emergencia en la década del 90 en el Reino Unido, las Industrias Creativas (IC) han sido motivo de debate teórico desde muchos campos de las ciencias sociales. En esta presentación se identificarán y describirán algunas características que las IC poseen según la concepción europea y se contrastarán con aquellas que se les otorgan en países latinoamericanos. En segundo lugar, se hará referencia a dos casos de proyectos creativos llevados a cabo en la ciudad de Santa Fe en el marco del Programa Polo de Diseño a partir de políticas públicas y gestionado por la Secretaría de Cultura, Comunicación y Producción de la Municipalidad de Santa Fe. A partir de esto puede verse cómo procesos creativos en Argentina enriquecen el significado ideado en Europa. A su vez, a partir de la información recabada mediante entrevistas con emprendedores santafesinos surge la importancia de la relación que se establece entre políticas públicas e IC, en especial el lugar que le cabe a las políticas de comunicación en esos procesos.

EL FENÓMENO DE LAS FAKE NEWS FRENTE A LOS LÍMITES AL DERECHO A LA INFORMACIÓN

García Lucero, Dafne

FCC - UNC / dafnegl70@gmail.com

Koci, Daniel Alejandro

FCC- UNC - UNVM / kocidaniel@yahoo.com.ar

Cipolla, Francisco

FCC - UNC / Cipolla313@yahoo.com.ar

Nadalin, Silvia Cristina

FCC - UNC / snadalin@hotmail.com

Palabras claves: noticias falsas; desinformación; libertad de información; autorregulación periodística, control jurisprudencial

El actual fenómeno de las denominadas noticias falsas para manipular el sentido de verdad es una práctica tan antigua como la comunicación, pues la circulación de información falsa o inexacta ha sido un recurso estratégico para cualquier esfera de poder que buscara un objetivo (Burkhardt, 2017; Burgueño, 2018). No obstante la preocupación -hoy global- por su incidencia en la gobernabilidad democrática, impone un urgente desafío analítico en el ámbito académico que permita comprender las masivas campañas de desinformación difundidas por las redes y medios digitales con el objetivo de influir en la opinión pública, especialmente en períodos electorales o en cuestiones políticas, económicas o sociales, y dañar la reputación de personas u organizaciones a través de difamaciones relacionadas con la corrupción, la violencia de género, el fraude fiscal, etc., que pueden desencadenar consecuencias irreversibles en las vidas de las personas, empresas o gobiernos elegidos democráticamente.

A las múltiples y diversas razones que explican la producción de contenidos falsos (precariedad y declinación del sistema de comunicaciones tradicionales, crisis estructural del periodismo como modelo de negocio sostenible y mediador editorial de producción de información, desinterés en el proceso de edición y verificación informativa en pos de la velocidad, potencia y

bajos costos de producción, etc.), se agrega la polisemia y ambigüedad conceptual que atraviesa el extenso campo de la comunicación para referirse a las noticias falsas, donde se cuestiona su identificación con la desinformación y la posverdad, o se la utiliza abusivamente para referirse a opiniones, críticas o sátiras (García Perdomo, 2017; Gallego-Díaz 2017; Santamaría, 2017). Idéntico problema se genera en torno al concepto de verdad, cuya definición impone condiciones diferentes a la actividad periodística y al control jurisdiccional; ambos legítimos y protegidos por normas nacionales e internacionales.

De ahí la importancia de reflexionar sobre las vinculaciones que se establecen entre la limitación genérica al derecho a informar, que es la que se deriva de la concordancia interna de la propia Constitución para asegurar la máxima vigencia de todos los derechos, con la producción y difusión de contenidos periodísticos falsos.

Ningún derecho fundamental puede entenderse ni ejercerse ilimitadamente y debe determinarse en qué consiste el derecho como bien jurídico inalterable a fin de establecer sus límites. De esta manera, las limitaciones o restricciones que puede sufrir un derecho fundamental son de dos tipos: 1) *verticales*: normas jurídicas que al establecer el alcance de los derechos fijan una serie de supuestos prohibidos; y 2) *horizontales*: necesidad de articular el ejercicio de un derecho con los otros derechos por problemas de desajustes en las zonas de contacto.

Las limitaciones son razonables -y por ende constitucionales- en la medida en que se basan en la protección de bienes constitucionales como el pluralismo, la diversidad y la igualdad y la no discriminación en la obtención de licencias.

En este trabajo vamos a distinguir entre límites internos, incluidos en la configuración jurídica del derecho (en su misma definición) y límites externos, derivados de la articulación entre el ejercicio del derecho y el del resto de derechos.

Límites externos a la información

La actividad informativa reconoce como límite la *intimidad de las personas* por ser su fin el hecho noticiable de trascendencia pública, entendido como aquello que comprende la cosa pública por ser de interés para la sociedad.

Del entrecruzamiento en las zonas de contacto entre el derecho a la información y el derecho a la intimidad personal surgen dos principios básicos: 1) El sujeto de derechos tiene valores individuales que no pueden ser sacrificados jamás en aras de ningún otro valor. 2) Existen casos y circunstancias en que el interés general prevalece sobre intereses individuales. El derecho a la información

se ponderará respecto del derecho a la intimidad cuando sea necesario para asegurar la libre información en una sociedad democrática. Es decir, siempre que exista un interés público legítimo que justifique la difusión de la información¹⁵⁸.

Estas restricciones también operan respecto de los Niños, Niñas y Adolescentes (Ley N° 26.061)^{159 160}, y son igualmente tipificadas por el Código Penal (Ley N° 26.388) las violaciones a la privacidad de las comunicaciones electrónicas cometidas por el uso de las nuevas tecnologías, las redes sociales y las bases de datos que almacenan datos personales sin consentimiento.¹⁶¹

Otro derecho personalísimo que también está previsto en CCyC es el derecho al honor (art. 52), en sus dos formas: como afectación a la honra (de carácter individual y subjetivo) y la reputación (de carácter objetivo y social). En el mismo sentido, la reforma del Código Penal de 2009 implicó profundas modificaciones en el marco general de los delitos contra el honor que afectan en materia de prensa. De ahí la trascendencia de analizar los actuales criterios de interpretación jurisprudencial respecto de la producción de las noticias falsas o inexactas (Doctrina Capillay, Real Malicia y Caso Patitó)

También están legislados los límites impuestos por el derecho a la imagen, a la voz (art. 52); al nombre (art. 75, inc. 22); a la identidad e identidad de género (Ley 26.743), y en virtud de la seguridad, el orden público, la moral, la salud pública, las buenas costumbres, y los derechos intelectuales (Ley 11.723).

Límites internos de la información

En la información de hechos, los límites internos son la *Exactitud*, verdad o veracidad (subjetiva y objetiva); *Objetividad*; *Actualidad* (oportunidad); *Interés general*; *Comunicabilidad* (licitud en la obtención de la

158 CSJN: Ponzetti de Balbín c/ Editorial Atlántida y Otros. Daños y Perjuicios. Ver Considerandos 5) 6) y 8). CSJN: Moslares, José Luis c/ Diario La Arena y Otros. Daños y Perjuicios. Considerandos 16 Y 17. CORTE IDH: Fontevecchia y D'Amico Vs. Argentina. Ver párrafos 43, 47, 48, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 67, 68, 69, 70, 71 y 72.

159 CSJN: Sciammaro c/ Diario El Sol (Fallos: 330:3685)

160 Macarrón Marcelo Eduardo y Otros c/ Vaca Narvaja Hernán. Recurso de Casación. Expte. N° 390590, Sentencia Número: Ciento ochenta y dos.

161 Violación, apoderamiento y desvío de comunicación electrónica (art. 153, 1º párrafo). Intercepción o captación de comunicaciones electrónicas o telecomunicaciones (art. 153, 2º párrafo). Acceso a un sistema o dato informático (art. 153 bis). Publicación de una comunicación electrónica (art. 155). Secreto Profesional (art. 157). Acceso a un banco de datos personales (art. 157 bis, 1º párrafo). Revelación de información registrada en un banco de datos personales (art. 157 bis, 2º pár.). Inserción de datos falsos en un archivo de datos personales (art. 157 bis, inc.3). Delito contra los medios de comunicación (art. 197)

información); *Forma de expresión y Equidad en el flujo informativo*

La información relativa a hechos que se producen en el mundo exterior presupone una constatación de la realidad por el informador. Se opera un juicio de existencia cuando el informador comunica lo acontecido, debiéndole exigirle objetividad y exactitud. Respecto de la verdad en la información, no es otra cosa que la reproducción lo más objetiva y exacta de la realidad posible por el medio.

Por el contrario, el Estado establece mecanismos para determinar una verdad jurídicamente válida, que permita operar en el mundo del derecho a partir de la ficción - realidad o historia reconstruida-, más o menos única a través de los tribunales de justicia. Sin embargo, el ámbito de eficacia de la verdad jurídica apenas sirve para aclarar cuestiones litigiosas entre individuos y aplicar los castigos penales, y es discutible cualquier otra eficacia expansiva.

De ahí que veracidad periodística no es equiparable a verdad determinada judicialmente. Exigir un resultado verdadero de todas las afirmaciones publicadas por los medios de comunicación vaciaría de contenido la veracidad y supondría hacer responsable a los periodistas y medios de comunicación no solo de su propia actuación profesional sino también del resultado, impidiendo la libertad comunicativa fuera de lo que los poderes públicos consideran como verdad.

El concepto de veracidad no se determina solo por el grado de parecido entre el resultado informativo final y una realidad más o menos objetivable, sino que alude -básicamente- al grado de profesionalidad y diligencia del autor de la información. No se puede exigir una comprobación absolutamente exhaustiva, la cual solo puede alcanzar una investigación penal del poder judicial.

Por ello, son expresiones excluidas de las exigencias de los límites internos de la información: las opiniones, los juicios y las ideas, que deberían ser reflexionadas a partir de deberes deontológicos o éticos anteriores y posteriores al acto informativo (Armagnague, 2002: 114-116-117) que aseguren la equidad, la prudencia y la diligencia en la confrontación de las fuentes, en la búsqueda de información y en el flujo informativo.

Esta compleja conceptualización nos habilita a reflexionar, con las respectivas interpretaciones jurisprudenciales a lo largo del tiempo, su posible aplicación a los actuales conflictos sobre producción periodística de noticias falsas o desinformación en redes sociales, medios y plataformas digitales, entendiendo que los autocontroles de la profesión periodística y los procesos de verificación de noticias, así como la regulación normativa que establece el sistema jurídico argentino son suficientes para controlar un fenómeno infocomunicacional que, en

muchos casos, excede ambos campos de estudio.

Bibliografía

ARMAGNAGUE, Juan (dir.) (2002): *Derecho a la información, habeas data e Internet*, Buenos Aires: Ediciones La Rocca.

BASTERRA, Marcela (2017): *Acceso a la información pública y transparencia. Ley 27.275 y decreto reglamentario 206/17. Comentados, anotados y concordados*. Buenos Aires: Astrea

BECERRA, Martín; MASTRINI, Guillermo (2017): *Medios en guerra. Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003-2016*, Buenos Aires: Editorial Biblos.

BEL MALLÉN, Ignacio (1992): *Derecho de la Información*, Madrid: Editorial Colex.

BURGEÑO, J.M. (2018). Fake News: un fenómeno nuevo con siglos de historia. *Telos Fundación Telefónica, Medios de Comunicación*, 25 (05), 1-13

BURKHARDT, J. (2017). *Combating fake news in the digital age*. Library technology reports, Chicago, IL: ALA TechSource

DESANTES GUANTER, José M. (2004): *Derecho a la información*, Valencia: Fundación COSO.

GALLEGO-DÍAZ, S. (2017, marzo 25). Los políticos siempre han tenido una relación peculiar con la verdad". *APM*. Recuperado de: <http://www.apmadrid.es/soledad-gallego-diaz-reivindica-el-oficio-del-periodismo-para-combatir-la-posverdad/>

GARCÍA-PERDOMO, V. (2017, febrero 20). Noticias falsas: ¿por qué las mentiras se vuelven éxitos virales? *El Tiempo*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/analisis-sobre-lasnoticias-falsas-virales-30685>

MUÑOZ SALDAÑA, Mercedes (2005): "La autoregulación como espacio de libertad informativa", En: *Información, libertad y derechos humanos: la enseñanza de la ética y el derecho de la información*, Valencia, Fundación COSO.

OSSOLA (2016): *Responsabilidad civil*, Buenos Aires: Abeledo Perrot.

SAHAB, Ricardo (1995): *Ensayos constitucionales y políticos*, Córdoba, Córdoba: Editorial UNC.

SANTAMARÍA, P. (2017). Antropología social: La diferencia y relación entre posverdad y noticias falsas», *Merca 2.0*. Recuperado de: <https://www.merca20.com/antropologia-social-la-diferencia-relacion-posverdad-las-noticias-falsasantropologia-social-la-diferencia-y-relacion-entre-posverdad-y-las-noticias-falsas/>

URÍAS, Joaquín (2009): *Lecciones de derecho de la información*, Madrid: Tecnos.

LA PROFESIONALIZACIÓN DE LOS

OFICIOS GRÁFICO-VISUALES EN EL

PERIODISMO ARGENTINO DE

COMIENZOS DEL SIGLO XX.

El caso de Caras y Caretas entre 1898 y 1900

Kozlowski, Guillermo E.

Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe,

FCS - UBA / kozlowski.guillermo@gmail.com

Palabras claves: historia de los medios; Caras y Caretas; profesionalización de los oficios gráficos; comunicación; prensa gráfica argentina

El año 1898 presenta gran cantidad de novedades en la historia de las empresas gráficas, tanto diarios como revistas (Rivera, 1998; Ojeda y Moyano, 2015), enmarcando innovaciones técnicas, inversiones de capital y nuevas herramientas de gestión empresarial, así como la aceleración del proceso de profesionalización de los oficios ligados a la escritura para las industrias editoriales y culturales (Rivera, 1998), y de aquellos ligados a la imagen visual impresa (Ojeda, 2017; Moyano, Ojeda y Sujatovich, 2017). En ese marco, cupo a la revista Caras y Caretas, fundada en 1898, presentar innovaciones y conformar una experiencia notoriamente pionera en la conformación de las industrias periodísticas del siglo XX.

El proyecto marco en el que se inscribe esta investigación, se propone abordar los principales aspectos de la profesionalización de los oficios de dibujantes, grabadores y litógrafos que prestaron servicios a la prensa diaria argentina de circulación nacional entre 1898 y 1916, considerando recorridos biográficos -en su mayor parte no estudiados o parcialmente estudiados en el estado del arte actual- en el contexto de la configuración de los oficios ligados a las nacientes industrias culturales nacionales y a los efectos de la consolidación del Estado moderno nacional sobre ellas.

En tal marco, nos propusimos aquí relevar el material visual presente en la revista para desde allí identificar quiénes fueron los trabajadores del campo de la imagen visual que participaron en sus primeros dos años de existencia (1898-1900), partiendo de la hipótesis de que el prestigio que permite firmar trabajos y obtener renombre se relaciona más con la inscripción en el campo de las relaciones políticas y sociales o el naciente campo cultural y artístico, que en el prestigio mismo de

la actividad para las publicaciones periódicas. De allí que quienes no poseen vinculaciones con esos otros campos, tienden a quedar en el anonimato, más allá de cuál fuese su contribución efectiva al desarrollo de la comunicación visual en la prensa.

Partiendo de la hipótesis ut supra esbozada se busca relevar los trabajos visuales y sus autorías (en los casos en que esto pueda lograrse), clasificando los mismos según tipos clasificatorios basados en criterios de tipo de actividad (diseño o imágenes visuales), tecnología (grabado, litografía, litografía), usos (informar, describir, divulgar, evocar, simbolizar, etc.) o géneros (caricatura e historieta, imagen realista, alegoría, etc.).

Al mismo tiempo, buscamos investigar las biografías de los ilustradores identificados; diferenciar trabajos firmados por figuras de prestigio (reconocidas en artículos periodísticos, circuitos de exposición, apoyo estatal) de aquellos no firmados, asociando esta diferencia a posibles pertenencias diferenciadas a campos de validación externos a la revista (campo artístico, político, gremial, etc.).

Para el análisis específico del primer bienio de Caras y Caretas se cuenta con los trabajos de Rivera y Romano, así como con la digitalización completa de la colección de ejemplares realizada por la Biblioteca Nacional de España, y colecciones en formato papel disponibles en repositorios de acceso público en Buenos Aires y La Plata.

Complementariamente, la incorporación sistemática de la imagen visual a la prensa diaria argentina en este mismo período ha sido abordada por Ojeda (2016), la transformación de la organización empresarial de las revistas ha sido considerada en el mencionado trabajo, así como en los trabajos recientes de Moyano, Ojeda y Sujatovich (2016, 2017), en tanto que el estudio de profesionalización de orladores, grabadores, litógrafos y armadores ha sido indagado también por Ojeda (2016, 2017) con énfasis en el auge del grabado para la prensa y de la litografía color para la ilustración y diseño de portadas y contraportadas.

Bibliografía

Ojeda, Alejandra (2017) "Dibujantes, grabadores y orladores en el diario La Nación: consolidación del oficio entre el campo artístico y los trabajos para la industria (Buenos Aires, 1894-1900)". En: X Encuentro Internacional de Historiadores de la Prensa y el Periodismo en Iberoamérica (2016) De la imprenta a la empresa multimedia. El negocio de la comunicación en la historia. Universidad de Valencia, Valencia. En prensa.

Ojeda Alejandra y Moyano Julio (2015) "Juan Lasserre en Argentina y Uruguay: la deriva sensacionalista en la construcción de su biografía". En: Almuiña Fernández, Celso (Comp.). Perfiles de periodistas contemporáneos. Madrid: Fragua.

Ojeda, Alejandra; Sujatovich, Luis; Moyano, Julio (2017): “Diversificación, segmentación y sensacionalismo: “Hibridación de formatos en diarios y revistas argentinos a comienzos del siglo XX”. Actas del X Congreso de la Red de Historiadores de la Prensa en Iberoamérica, Universidad de Valencia/Red de Historiadores de la Prensa y el Periodismo en Iberoamérica, Valencia, España.

Rivera, Jorge (1998): *El Escritor y la Industria Cultural*. Autel, Buenos Aires (1ª. Ed. en libro 1985).

Romano, Eduardo (2004) *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*. Catálogos, Buenos Aires.

este campo demanda indagaciones sobre múltiples aspectos, entre ellos los modelos de financiamiento del sistema. Y en ese contexto emergen los estudios sobre cómo el estado administra, ejecuta y regula el sistema de medios. Un abordaje significativo es el que analiza la Publicidad Oficial, un aspecto clave debido a, por los menos, tres razones: es un mecanismo que articula la relación entre los agentes públicos (el gobierno) y las fuerzas del mercado; los destinos y procedimientos de su administración permiten reconstruir la concepción del sistema; y materializa su lógica de intervención con este recurso clave (sobre todo en mercados pequeños como el argentino).

En un contexto de altos niveles de concentración y centralización, tanto económica como geográfica, en la propiedad de los medios y crisis de los principales modelos de negocio y fuentes de financiamiento de los medios de comunicación (Becerra, 2015), el Estado tiene un rol clave al momento de garantizar el derecho a la información (DALI) así como también el acceso y la participación ciudadana (Linares, 2016).

En este trabajo se entiende a la Publicidad Oficial (PO) como una de las herramientas con las que el Estado cuenta para dar a conocer sus políticas, actos oficiales y servicios. De esta forma, y en concordancia con las definiciones del Sistema Interamericano de Derechos Humanos (SIDH)¹⁶², este mecanismo debe ser utilizado en pos de la protección de defender y garantizar el interés público y el derecho a la información de los ciudadanos. Por otro lado, el manejo o administración de la PO debe ser objeto de total transparencia y, valga la redundancia, publicidad ya que se trata de la contratación de espacios en medios privados con dineros públicos.

Desde este punto de entrada conceptual, el trabajo combina el análisis teórico y práctico de regulaciones sobre la materia y desgloses de gastos del Poder Ejecutivo nacional argentino durante los años 2015 y 2018, último de la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner y los tres primeros de Mauricio Macri.

Además de estos dos presupuestos nacionales, el estudio incluye datos de otros gobiernos provinciales y municipales con el objetivo de realizar comparaciones entre los tamaños de los presupuestos y de su incidencia en la economía del sector. Para esto se recolectan datos del mercado publicitario en general.

En primer lugar, se sistematiza el marco regulatorio que encuadra las decisiones, formas, protocolos y mecanismos para la pauta o contratación de PO. Se estudian y describen leyes, decretos y Resoluciones de

AVANCES Y RETROCESOS EN LA

GESTIÓN DE PUBLICIDAD OFICIAL EN

ARGENTINA (2015-2018)

Marino, Santiago

UNQ/ sgomarino@gmail.com

Espada, Agustín

CONICET - UNQ/ aeespada@gmail.com

Palabras claves: Estado; pauta estatal; medios; economía; democracia

Si pensamos a la comunicación como un campo inter-trans-disciplinario autónomo (Torrice Villanueva, 2004) y cuyo objeto de estudio es el proceso social de construcción de sentido, cultural e históricamente situado, el presente trabajo se enfoca en una zona del campo disciplinar –los estudios de la economía política de la comunicación– que propone dar cuenta de las relaciones entre el estado, el mercado (de las industrias culturales) y la sociedad (Mosco, 1996).

Desde esta perspectiva resulta posible estudiar los procesos de producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales. Si el foco se pone en la relación entre el Estado y los agentes del mercado se agregan elementos propios de los estudios de las políticas públicas de comunicación. La transformación que el desarrollo de las redes e internet generan en

162 “Principios sobre regulación de publicidad oficial y libertad de expresión” CIDH, 2012. Ver más en <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/publicidad%20oficial%202012%20o5%2007.pdf>

autoridades competentes en la materia. Esto implica el diseño de una matriz que permita la descripción y comparación de distintas leyes o decretos a partir de sus establecimientos y definiciones.

El estudio puntual sobre los datos de distribución en los períodos mencionados demanda la descripción de las partidas presupuestarias, sus mecanismos de contratación, el destino de los fondos y su clasificación de acuerdo a distintos criterios. Para esta tarea se realizan las siguientes actividades:

- Análisis del Presupuesto Nacional en el ítem “Publicidad Oficial” de organismos centralizados;
- Análisis de las partidas ejecutadas para tal fin a partir de la información publicada por la Jefatura de Gabinete de Ministros (JGM) nacional;
- Distinción por tipo de anuncio y forma de cancelación;
- Distinción de la razón social de la organización receptora y de la relación de propiedad entre las mismas y los grupos multimediáticos existentes;
- Identificación de la organización, tipo de medio, soporte, zona de cobertura;
- Sistematización de los datos para la evaluación;
- Elaboración de cuadros y gráficos;
- Análisis crítico en relación a los principios internacionales del SIDH y las regulaciones contempladas para la materia.

El objetivo del trabajo consiste en realizar un aporte a un ámbito con cierta vacancia en el estudio de las políticas públicas de comunicación. Se subraya la intención de establecer un conjunto de principios y una metodología para el desglose de los gastos de un organismo o una esfera del Estado en un momento y lugar determinados. Como así también el análisis comparativo de instrumentos de regulación y procesos de aplicación y gestión en dos momentos diferentes de gobiernos diferentes. Se aspira a que los resultados sean tan significativos como operativa la propuesta metodológica para el estudio.

Como resultado, este estudio encuentra que la publicidad oficial de los distintos gobiernos y distritos se transformó en los últimos años en la principal fuente de ingresos del sistema mediático argentino. Además, la regulación vigente es escueta, imprecisa y no fue discutida en el Congreso. Por otro lado, los gobiernos utilizan de manera discrecional los fondos publicitarios y de esa forma desnaturalizan el funcionamiento de un mercado con muchos y severos problemas de sostenibilidad.

Bibliografía

Becerra, Martín: Concentración y convergencia, Paidós, Buenos Aires, 2015

Linares, Alejandro: “Acceso y Participación en la convergencia” en Marino, Santiago (coordinador) El Audiovisual Ampliado. Políticas públicas, innovaciones del mercado y tensiones regulatorias en la industria de la televisión argentina frente a la convergencia, Ediciones Universidad del Salvador, Buenos Aires, 2016.

Mosco, Vincent (1996), The political economy of communication, Londres, Sage.

Torrice Villanueva, Erick R. Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación. Buenos Aires, Norma, 2004.

POLÍTICAS CULTURALES:

HEGEMONÍA NEOLIBERAL Y CULTURA

INDEPENDIENTE

Mercadal, Silvina

IAPCS - UNVM /silvinamerc@hotmail.com

Batiston, Victoria

IAPCS - UNVM / batistonvictoriaa@gmail.com

Introducción

El siguiente trabajo es una reconstrucción selectiva de los antecedentes -o estado del arte- del campo de estudio de las políticas culturales. Se trata de una reconstrucción parcial porque las políticas culturales han experimentado una expansión en las últimas décadas que desborda las disciplinas, y en tanto campo de estudios genera cruces y diálogos entre las ciencias sociales y las ciencias humanas que demandan análisis específicos.

En el campo de estudio de las políticas culturales convergen estudios especializados con sus respectivas tradiciones teóricas, aunque se puede reconocer el predominio de la sociología de la cultura, los estudios culturales y la economía política, esto es, el análisis de la producción de bienes simbólicos, los rasgos de la formación cultural en la sociedad capitalista -en la larga, mediada o corta duración-, la constitución de instituciones dedicadas a la

cultura en la estructura del Estado moderno y del sistema jurídico que sustenta tales políticas. En efecto, en tanto campo de problemas las políticas culturales se constituyen a mediados del siglo XX con la creación de instituciones públicas encargadas de “administrar el sector” (Bayardo, 2008), mientras en el siglo XXI se produce una expansión de las actividades culturales –las que son concebidas en términos de la economía de la cultura o de la tendencia a la culturización de la economía-, a las que acompañan políticas de formación con la creación de programas de profesionalización de los agentes.

En particular nos interesa abordar dos dimensiones de análisis de las políticas culturales.

Por un lado, la relación entre política y cultura vinculada a los procesos de constitución de la hegemonía (García Canclini, 1987). En esta dimensión una contribución importante fue el reconocimiento de los paradigmas políticos de acción cultural que introdujo Néstor García Canclini a fines de los 80, la que complementan perspectivas recientes que procuran comprender los modos específicos de conflictividad, constitución de sujetos y repertorios de acción colectiva de nuestras sociedades (Escobar, 2001; Grimson, 2013). Por otro, la expansión de la “cultura independiente” con la entronización de una razón neoliberal (Gago, 2014) que obliga a los sujetos a generar condiciones para el desarrollo de prácticas creativas en tensión con el Estado y el mercado. En este sentido hablar de “cultura independiente” supone reconocer transformaciones en los modos de producción y circulación de los bienes culturales, la expansión de la autogestión en sectores de las artes y las industrias culturales, renombrados bajo el discutible término “industrias creativas” (Zallo, 2016).

El propósito de nuestro trabajo es articular ambas dimensiones considerando cómo la cultura independiente y las modalidades de autogestión suponen posiciones complejas que abarcan relaciones de subordinación o tensión con el Estado y lógicas de inserción diferenciales en el mercado. En base a este propósito nuestro trabajo procura reconocer los paradigmas que predominan en las políticas culturales contemporáneas, la inserción de la autogestión en tales modelos, los sentidos que predominan en su definición, en base a una serie de estudios recientes (Zallo: 2016, Canclini: 2012, Rubinich: 2011).

En su trabajo pionero García Canclini reconocía que el interés en las políticas culturales se vincula con la crisis de los modelos productivistas del desarrollo, lo que conduce a interpelar las bases culturales de la producción y del poder. Así, consideramos como supuesto de nuestro trabajo que en la formación de un sentido común diferente se ha incorporado recientemente la autogestión y los procesos autónomos de producción a los que cabe interrogar en tanto construcción de “mercados alternativos” en el

contexto actual de sostenida precarización que atraviesa todo tipo de espacios, prácticas y relaciones sociales.

Bibliografía

Bayardo, Rubens (2008) “Políticas culturales: derroteros y perspectivas contemporáneas”. En: Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas, vol. 7 num.1, pp- 17-30. Servizio de Publicacions da Universidade de Santiago de Compostela.

García Canclini, Néstor (1987) “Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano” en Políticas culturales en América Latina. Grijalbo, México.

García Canclini, Néstor; Cruces, Francisco (2012) Introducción a *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Editorial Ariel, Barcelona.

Grimson, Alejandro (2013): Introducción a Hegemonía cultural y políticas de la diferencia, CLACSO, Buenos Aires.

Escobar, A. (2001): “Lo cultural y lo político en los movimientos sociales de América Latina” en Escobar, A., Alvarez, S., y Dagnino E. Selección de textos. Política cultural y cultura política. Una nueva mirada sobre los movimientos sociales latinoamericanos. Taurus, Colombia, 2001.

Nivón Bolan, Eduardo (2006): La política cultural: temas, problemas y oportunidades. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/ Fondo Regional para la Cultura y las Artes de la Zona Centro, México.

Rubinich, Lucas; Miguel, Paula (2011): Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010. Aurelia Rivera, Buenos Aires.

Zallo, Ramón (2016): Tendencias en comunicación. Cultura digital y poder. Editorial Gedisa, Barcelona.

LAS OBLIGACIONES DEL ESTADO CON RELACIÓN AL CUIDADO DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN LA ERA INTERNET. El caso de la Provincia de San Luis

Oro, Pablo Martín

UNSL – UNR / oropablom@gmail.com

Palabras claves: libertad de expresión; internet; obligaciones; San Luis; Wi Fi gratuito

Justificación

Entender el contexto del debate actual sobre la libertad de expresión y el derecho de la comunicación –dicen Loretti y Lozano- implica replantear el papel que deben desempeñar los Estados en cuanto a la protección y el respeto de estos derechos. Se preguntan: ¿Un Estado satisface sus obligaciones en materia de libertad de expresión solo al abstenerse de censurar o, además, tiene obligaciones de prestación para garantizar la universalidad en el ejercicio del derecho humano?

En sintonía con autores como Gargarella y Fiss para quienes la libertad de expresión depende de los recursos de los que se disponen y ello demanda una regulación con equilibrio y razonabilidad por parte del Estado; es necesaria también, desde una perspectiva de derechos humanos, la adopción por parte de los Estados de reglas jurídicas y políticas públicas con el objetivo de fomentar el pluralismo y la diversidad de voces.

Aunque San Luis no pareciera ser un modelo a imitar a niveles de la comunicación tradicional (TV, radio y gráfica) por las razones que se exponen en este trabajo, cabe preguntarse ¿Es un modelo a seguir en cuanto a su política pública de inclusión digital de cara a la libertad de expresión?

Objetivo

Describir y analizar el panorama de la Provincia de San Luis y rol del Estado Provincial con relación a Internet, tomando como referencia los principios de Libertad de Expresión de OEA.

Principios teóricos - metodológicos

El trabajo constituye un estudio descriptivo de caso sobre la Libertad de Expresión en Internet, en la provincia de San Luis. Pretendemos analizar el rol del estado provincial puntano desde el punto de vista de los autores Loretti y Lozano, tomando en consideración algunos principios emanados de la Declaración de la OEA sobre los que tiene competencia el Estado puntano, considerando variables como el acceso y legislación local.

Desarrollo

En San Luis la comunicación oficial estuvo sustentada históricamente en el canal estatal de televisión abierta con llegada a toda la provincia y El Diario de la República, el único medio gráfico con alcance provincial que pertenece a la familia Rodríguez Saá. En los últimos años, sumó la Agencia de Noticias San Luis, una oficina de prensa que funciona como agencia de noticias gubernamental y de la que se nutre la mayoría de los medios de comunicación sanluseños, que a su vez reciben pauta publicitaria oficial.

Un informe de FOPEA en 2011 mostró que en San Luis el principal problema de libertad de expresión es el control que ejerce la familia Rodríguez Saá sobre los principales medios de la provincia, como poder disciplinador.

El poder mediático gubernamental es evidente también en la web, con una cantidad importante de sitios que sólo replican la información de la agencia gubernamental, pero con una fuerte presencia (publicitaria e informativa) en las redes sociales. Rodríguez Saá apuesta a internet para dar a conocer su gestión incluso con el uso de un protocolo para redes sociales.

La provincia posee una red denominada Autopista de la Información (AUI) que es el principal soporte del sistema de wi fi gratuito provincial. Para el Estado, la AUI es una herramienta de organización y administración, mientras que para sus ciudadanos es un medio de acceso a los servicios electrónicos que brinda el gobierno. Se compone de un anillo principal conectado a través de fibra óptica y con radioenlaces de última generación que pasa por las principales ciudades de la Provincia. A él se conectan las localidades más pequeñas con radioenlaces dedicados. Hasta 2018 la AUI abarcó 76.784 km² de alcance y significó la utilización de más de 200 km de fibra óptica. Existen más de 51 mil antenas domiciliarias que se conectan todos los días a los dispositivos del gobierno provincial. Esto es unas 200 mil personas las que todos los días usan la red.

San Luis adecuó su marco normativo con el objetivo de garantizar que cada habitante sanluseño pueda acceder a Internet de manera gratuita y sin restricciones. En 2011 se incorporó a la Constitución Provincial el artículo 11 Bis que contempla la inclusión digital como nuevo derecho

fundamental para los sanluiseños. Además, se aprobaron las siguientes leyes: Derecho y acceso gratuito a internet; Garantía a la Intimidad y la Privacidad; Creación y puesta en marcha del sistema educativo Escuela Pública Digital; Desarrollo de las TIC para promover la ciudadanía; y Navegación libre.

Principios orientadores de OEA para Libertad de Expresión en Internet: ¿Qué pasa en San Luis?

Según Loretto, Lozano y Fiss, los Estados tienen obligaciones de prestación para garantizar la universalidad en el ejercicio de la Libertad de Expresión y los derechos que esta conlleva que van mucho más allá de abstenerse de censurar. San Luis puso a la inclusión digital como una política pública, entendida por Jaramillo (2004) como *“un conjunto de propósitos y estrategias públicas de la acción gubernamental y social orientada hacia la construcción colectiva de bienestar, con base en criterios de libertad, de igualdad, de inclusión social y de expansión ciudadana”*. El ejemplo puntano es mirado con atención por otras provincias argentinas y constituye una referencia nacional.

Internet se convirtió en el instrumento más poderoso para expandir la libertad de expresión, en su doble dimensión: Como derechos de las personas a difundir sus ideas, y como derecho a recibir y buscar información de todo tipo. La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la OEA estableció una serie de criterios y principios para resolver conflictos de derechos de manera adecuada. En San Luis, podemos identificar algunas acciones estatales.

En cuanto al acceso universal a Internet, la relatoría sostiene que los Estados deben promover el acceso a la red de todas las personas de dos maneras. Por un lado, expandiendo la infraestructura y también promoviendo la alfabetización digital, para que los ciudadanos sepan manejar la tecnología en pos de ejercer su derecho a la libertad de expresión. Este quizás sea el principio más desarrollado en San Luis con una serie de acciones específicas: Incluir el derecho gratuito a internet como derecho fundamental para los sanluiseños en la Constitución Provincial, más todo un paquete de leyes que acompañan las políticas de inclusión digital parecieran ser el camino correcto. También la puesta en marcha de programas de entrega de netbooks y tablets a alumnos y docentes de escuelas provinciales. Aunque la crítica fue históricamente la falta de preparación con los maestros y la adecuación de los contenidos curriculares a la nueva tecnología.

En cuanto a la red de infraestructura, “se vende” a San Luis como la provincia con Wi Fi gratis en cualquier lugar de su geografía, algo en realidad engañoso, porque la disposición y la cantidad de antenas nunca resultó suficiente.

La relatoría especial de OEA además se refiere a la necesidad de no discriminación en la red. Al menos en las intenciones, el Estado puntano al pretender garantizar constitucionalmente la inclusión digital como nuevo derecho humano fundamental busca que no haya ninguna clase de discriminación ni obstáculos para nadie.

Como condición para asegurar el pluralismo, la Relatoría aconseja a los Estados que cualquier medida que se tome con internet debe estar dirigida a que sean más y no menos, las personas, ideas, información u opinión que sean parte de la deliberación pública. Punto en contra para el gobierno puntano ya que al controlar la circulación de contenidos en la intranet gubernamental cometió algunos excesos como la de bloquear sitios críticos a la gestión, según se denunció en su momento.

En cuanto a la privacidad, la Relatoría entiende que la libertad de opinión no se puede ejercer plenamente sin las protecciones que ofrece este derecho y para ello es necesario que existan garantías para asegurar que los datos privados de las personas que navegan en la red estén protegidos ante intromisiones arbitrarias. En ese sentido, San Luis aprobó la Ley de Garantía a la Intimidad y la Privacidad.

Sobre el principio de la neutralidad en la red -por el cual los Estados deben asegurar que toda la información o contenido que circula por internet y no bloquear o filtrar información- a instancias del gobierno sanluiseño la Legislatura local aprobó en 2011 una Ley que en tiempos de redes sociales, al menos en las intenciones, resulta insuficiente para garantizar la neutralidad de la red, aunque vale decir también que sus competencias están limitadas si hablamos de intermediarios tecnológicos.

En San Luis, el “poder disciplinador” gubernamental oficia de obstáculo para la libertad de expresión. Medios con pauta publicitaria oficial, entre ellos sitios web de noticias, prefieren la autocensura y replicar noticias generadas por la agencia gubernamental.

Conclusiones

Si uno se remite a las intenciones y los hechos, con falencias y todo, San Luis es un ejemplo de inclusión digital a considerar, por ende de aportar a la libertad de expresión en la web más allá de los malos antecedentes con el manejo de la prensa y los medios en la geografía sanluiseña, y la poca calidad institucional demostrada en los casi 35 años de democracia.

Aunque la normativa puntana con relación a la web y la inclusión digital supera ampliamente lo legislado sobre internet por el Congreso Argentino. Claro que San Luis, como Estado provincial tiene limitaciones en

su competencia, que sería deberían ser legisladas a nivel federal por el Congreso de la Nación.

Resulta urgente y necesaria una legislación del Estado nacional, ante el escenario que plantea el nuevo ecosistema de medios, con internet como un lugar donde confluyen ideas, opiniones e informaciones y en donde en apariencia todos tienen la misma posibilidad de decir lo que quieren o buscar lo que necesiten. Resulta vital abandonar la autoregulación ante la existencia de los intermediarios –grandes o pequeños– que con lógicas algorítmicas limitan a la libertad de expresión y al derecho a la comunicación con censuras sutiles, muchas veces imperceptibles para gran parte de los usuarios de la red.

Bibliografía

Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión OEA. Disponible en: <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=26&IID=2>

Comisión Interamericana de DDHH (2013), Libertad de expresión en Internet, Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. Disponible en http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/2014_04_08_Internet_WEB.pdf

Becerra, Martín (2018) *Presentación y reflexión sobre las categorías básicas del derecho a la comunicación, a la cultura y a la libertad de expresión*. Maestría en Comunicación Digital Interactiva. Disponible en:

https://cursos.campusvirtualunr.edu.ar/pluginfile.php/39397/mod_resource/content/1/Regulaciones%20y%20Derecho%20-%20Unidad%202.pdf

Fiss, O. (2004), *Libertad de expresión y estructura social*, en Carbonell, Miguel (ed), *Problemas Contemporáneos de la Libertad de Expresión*, Porrúa CNDH, México. Disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002156/215627s.pdf>

Jaramillo López, J. (2004) *Aporte de la comunicación a la construcción de políticas públicas*. Mimeo, s/f

Flores, O. (2015) *Sombras, nada más en Periodismo Cercado: De Jujuy a Tierra del Fuego. Informe de Situación*. FOPEA. Konrad Adenauer Stiftung. Buenos Aires, Argentina.

Loreti, D. y Lozano L. (2014), *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas*, Siglo XXI, Buenos Aires. Capítulo 2.

Lescano, Esteban. *Los intermediarios tecnológicos: aliados del derecho a la información en Internet*. Disponible en: <http://www.vocesenelfenix.com/content/los-intermediarios-tecnol%C3%B3gicos-aliados-del-derecho-la-informaci%C3%B3n-en-internet>

Los argentinos no tienen acceso a internet y muchos no saben cómo usarla (2018). Infobae. Disponible en: <https://www.infobae.com/tecnologia/2018/03/12/el-30-de-los-argentinos-no-tiene-acceso-a-internet-y-muchos-de-los-que-tienen-no-saben-como-usarla/>

Maldonado, A., Palacios, A., Oro, P. (2016) *Políticas públicas en la era digital y el impacto en los medios digitales radiales de la Provincia de San Luis, Argentina* Disponible en http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/9550/maldonado-palacios-oro.pdf

Nuevas antenas WiFi, ideadas para mejorar la señal (2017) El Diario de la República. Disponible en <https://www.eldiariodelarepublica.com/provincia/Nuevas-antenas-WiFi-ideadas-para-mejorar-la-senal-20170122-0020.html>

Por día, unos 200 mil usuarios se conectan al WiFi gratuito (2018) El Diario de la República. Disponible en <https://www.eldiariodelarepublica.com/nota/2018-6-19-12-16-0-por-dia-unos-200-mil-usuarios-se-conectan-al-wifi-gratuito>

Protocolo para redes sociales del Gobierno de San Luis. Disponible en: <http://zbol.com.ar/panel/uploads/files/protocolo.pdf>

Red users pone a prueba el wi fi gratis de San Luis (2010) Sitio Red Users. Disponible en <http://www.redusers.com/noticias/redusers-pone-a-prueba-el-wifi-gratis-de-san-luis/>

Wi-Fi gratuito, la historia del servicio que conectó a los sanluisinos con el mundo (2014) Agencia de Noticias San Luis. Disponible en <http://agenciasanluis.com/notas/2014/09/28/wi-fi-gratuito-la-historia-del-servicio-que-conecto-a-los-sanluisinos-con-el-mundo/>

LA VIOLENCIA SEGÚN EL DIARIO NOTICIAS (1973-1974)

Peralta, Dante A. J.

UNGS / dperalta@campus.ungs.edu.ar

Salmoiraghi, Rodrigo A.

UNGS / rsalmoiraghi@campus.ungs.edu.ar

Torres, Luciano S.

UNGS / lstorres@campus.ungs.edu.ar

Palabras claves: prácticas discursivas; representaciones; periodismo; historia de la prensa; Montoneros

Introducción

El 1 de agosto de 1974 la tapa del diario *Noticias* daba cuenta del asesinato del diputado Rodolfo Ortega Peña, intelectual y militante peronista. A través del

trabajo gráfico, la consigna “La sangre derramada no será negociada”, presente en la fotografía que ocupaba la portada, opera como titular de tapa. De ese modo, *Noticias*, el diario de Montoneros, tomaba clara posición frente a la situación política: no sólo alude a los que acusa como responsables del crimen –los sectores de la derecha del peronismo– sino que da cuenta de que no habría tregua posible. Se trata de una de las muy escasas oportunidades en las que el diario asume la violencia política como una herramienta válida –y propia–, implícita en aquella consigna.

¿Qué rasgos se pueden observar en la representación de la violencia política en el discurso de un diario que se proponía como profesional, comercial y de alcance masivo? Para responder esta pregunta, acudimos a un marco teórico que combina herramientas provenientes de teorías de la comunicación de corte semiótico-textual, de la hipótesis de la “agenda-setting”, del análisis crítico del discurso, y de una teoría de las representaciones sociales proveniente de la historia cultural, como la de Roger Chartier, productiva para observar el discurso como objeto de la historia.

Abordamos el trabajo a partir de un concepto de “práctica social discursiva” y de “texto” definido por Peralta (2015):

“Entendemos por práctica social discursiva una acción verbal – eventualmente combinada con acciones llevadas a cabo a través de otros sistemas simbólicos–, articulable con prácticas sociales no discursivas; situada en el tiempo y el espacio, y en el interior de algún campo sociodiscursivo, considerando –en medidas variables– otros campos con los que aquél se vincule; que persigue la producción de efectos relativos a alguna clase de intereses; realizada según reglas dependientes de una red compleja de representaciones sociales de distinto nivel: en grado mayor o menor, de las potencialidades de los recursos que ofrece el sistema lingüístico y la escritura – en sus diferentes aspectos y niveles (fónico, morfológico, léxico, sintáctico, textual, genérico, normativo)–, de las posibilidades y límites del campo comunicativo (del rol, actitudes y responsabilidad del sujeto individual, colectivo o institucional que realiza la práctica, de los interlocutores / destinatarios habilitados y de terceros, del lugar y momento específicos de la acción, de los ámbitos posibles de circulación, de otras prácticas discursivas ya realizadas), de las referencias –o tópicos– que pueden ser tematizadas (y de las que no) y de la amplitud de las tematizaciones posibles.”

Con esa herramienta intentamos describir las prácticas discursivas periodísticas y la representación de la violencia. Para el análisis contamos con la mayor parte de los números publicados del diario (con algunos pocos faltantes de mayo de 1974 que estamos tratando de

subsanan), y con notas de otros periódicos comerciales de la época –*Clarín*, *La Nación*, *La Opinión*– relevadas en esos casos con criterio de muestra, a efectos de comparar rasgos de la representación de violencia. Cabe señalar que *Noticias* no ha sido estudiado desde nuestra perspectiva. Aunque abundan los trabajos sobre Montoneros, en cuanto al diario hay uno de Esquivada (2009) pero no refiere al discurso sino a los integrantes del “staff”; y el trabajo de Slipak (2015), centrado en las revistas de la organización, aborda la identidad montonera. El trabajo de Marina Franco (2012) trata el discurso de la prensa en tanto proceso de construcción de un “enemigo” para la nación hasta 1976, pero no incluye al diario que nos ocupa.

Desarrollo

Comenzaremos por recordar algunos datos del diario para contextualizar. El 19 de noviembre de 1973 salió a la calle el diario *Noticias*. Hasta la clausura, fue una experiencia periodística sostenida por la organización Montoneros con la finalidad de llegar a un público amplio, más allá de los límites del conjunto de los militantes para los que, sucesivamente –al ritmo de clausuras y persecuciones–, se publicaron revistas (Slipak, 2015) que cumplían la función “pastoral” –en términos de Foucault (1979)– propia de toda organización política: *El Descamisado*, *La Causa Peronista*, *Evita Montonera*. El diario *Noticias* tuvo pues, en cambio, un modo de circulación comercial que apuntaba a generar corrientes de opinión en línea con las sostenidas por la agrupación especialmente entre los sectores trabajadores y medios, compitiendo con otros periódicos comerciales que, obviamente, representaban intereses diversos.

Noticias contó con un equipo de profesionales muy prestigiosos ya en ese momento, varios de ellos reconocidos escritores o intelectuales, y militantes de la agrupación: Rodolfo Walsh, Juan Gelman, Paco Urondo, Horacio Verbitsky, Miguel Bonasso; y entre las figuras ajenas a Montoneros, se destacan Pablo Giussani, Carlos Ulanovsky, Luis Emilio Arana, el uruguayo Zelmar Michelini y –dedicado a noticias universitarias– Leopoldo Moreau. El diseño y la tipografía del diario – claros, con buena visibilidad y novedosos por tratarse de un diario que se pretendía “popular” – estuvieron a cargo de Oscar Smoje.

Dos de los diarios comerciales de la etapa habían funcionado como modelos implícitos algunos de cuyos rasgos generales *Noticias* combinó: *Crónica*, de Héctor Ricardo García, y *La Opinión*, de Jacobo Timerman. El primero era popular, sensacionalista, propio del llamado “periodismo mosaico” (Fontcuberta & Borratt, 2006), focalizado en la información policial y deportiva, y el segundo, “valorativo y elegante” (Esquivada, 2009), de

carácter más bien doctrinario, centrado en política, economía y cultura.

Según varios testimonios (Cf. Esquivada, 2009: 32), la Conducción Nacional de Montoneros ejerció presiones para que el diario tuviera dosis más fuertes de agitación política pero, hasta su clausura, esas presiones fueron relativamente poco efectivas. Verbitsky afirma que los responsables periodísticos del diario no querían hacer un “diario propagandístico” sino un producto “de calidad profesional, de seriedad informativa, siempre en el borde, siempre en el límite” y que –como querían también Urondo y Gelman– fuera un diario “comercial, para todo público”.

Entre la modalidad agitativa que propugnaba la Conducción Nacional de Montoneros y la profesional que sostenía el equipo periodístico del diario, y el hecho de que ambas partes compartieran convicciones políticas más la pretensión explícita de publicar un diario como *La Opinión* pero “disfrazado” de *Crónica*, generaba una tensión que afectaba de algún modo las estrategias comunicativas puestas en juego en las prácticas discursivas periodísticas, y uno de los planos de esas prácticas es el de las representaciones sociales que las orientan y que son reproducidas por ellas. La tapa a la que nos referimos antes es una de las pocas en la que la representación de la violencia política como herramienta propia y legítima, y como acto “justo” aparece explícitamente manifiesta, y con ella, el diario lleva al límite momentáneamente la estrategia de desarrollar un periodismo profesional.

En tal sentido, se puede adelantar que *Noticias*, en el corpus revisado, no había avalado de manera explícita la violencia política –ni la de Montoneros ni la de la otra fuerza guerrillera, el Ejército Revolucionario del Pueblo (ERP)– pero tampoco la había enjuiciado; su propuesta era más bien la de *justificarla* implícitamente con la denuncia cotidiana de distintas formas de violencia estatal y, más en general, del sistema económico y social imperante, se trataba de violencia ya material, ya simbólica.

Hannah Arendt, en su ensayo *Sobre la violencia* (1970: 154-155) y en el marco de su distinción conceptual, entre otros términos, de “violencia” y “poder”, señala precisamente que la primera es instrumental, y por lo tanto –y a diferencia del segundo, que requiere *legitimidad*–, la violencia requiere *justificación*. En el caso de *Noticias* no se trata de una justificación argumentada, doctrinaria, en notas de carácter editorial, de las acciones concretas llevadas a cabo en particular por las organizaciones armadas ni de la lucha armada en general. En el momento –1974– en que comenzaba a resquebrajarse el consenso más o menos amplio que la lucha armada había concitado de “vastos sectores de la sociedad” desde 1970 (Calveiro, 1998: 15-16), se trataba más bien de dar cuenta de hechos que evidenciaban que las condiciones políticas, económicas y sociales que habían sustentado aquel

apoyo no habían cambiado, que podrían cambiar pero que no lo hacían; y de desenmascarar, así, los verdaderos objetivos del régimen político, que no eran los votados según el programa de las elecciones de marzo de 1973; de ese modo, se restaba legitimidad al gobierno. Arendt (Cf. 1970: 165-168) señala que aquellas percepciones – las cosas podrían cambiar pero no lo hacen, la evidencia de objetivos ocultos– son las que desatan la “rabia”, a la que considera un sustrato –en el plano individual– para la violencia que, evalúa, no es pues “irracional” sino más bien una reacción racional y esperable.

Conclusión

En suma, el diario, entonces, sin un discurso agitativo, se proponía mostrar –en modalidad fundamentalmente informativa– que continuaba habiendo motivos para “rabiarse”; pero no extraía explícitamente como conclusión que esos motivos debían generar inmediatos actos violentos. Con esa estrategia discursiva intentaba cumplir con su objetivo periodístico, mantener vigente, de manera implícita, la eventual necesidad de acudir a una justificada violencia política desde su ángulo, y, a la vez, equilibrar las tensiones existentes en el proyecto editorial.

Bibliografía

- Anguita, Eduardo & Caparrós, Martín (1998) *La voluntad. Una historia de la militancia revolucionaria en la Argentina*. Buenos Aires: Norma, 2006.
- Arendt, Hannah (1970) *Sobre la violencia*. En: *Crisis de la República*. Buenos Aires: El cuenco de plata, 2015.
- Bonasso, Miguel (1997) *El presidente que no fue. Los archivos ocultos del peronismo*. Buenos Aires: Planeta.
- Bonasso, Miguel (1994) *Recuerdo de la muerte*. Buenos Aires: Planeta.
- Calveiro, Pilar (2005) *Política y/o violencia. Una aproximación a la guerrilla de los años 70*. Buenos Aires: Norma.
- Esquivada, Gabriela (2009) *Noticias de los montoneros. La historia del diario que no pudo anunciar la Revolución*. Buenos Aires: Sudamericana, 2010.
- Fontcuberta, Mar & Borrat, Héctor (2006) *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía.
- Foucault, Michel (1979) “Omnes et singulatim. Hacia una crítica de la razón política”. En: *¿Qué es la Ilustración?* Madrid: Ediciones de La Piqueta, 1996.
- Franco, Marina (2012) *Un enemigo para la nación. Orden*

interno, violencia y "subversión", 1973-1976. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Gillespie, Richard (1982) *Soldados de Perón. Los Montoneros.* Buenos Aires: Grijalbo, 1998.

Giussani, Pablo (1984) *Montoneros. La soberbia armada.* Buenos Aires: Sudamericana.

Hilb, Claudia & Lutzky, Daniel (1984) *La nueva izquierda argentina: 1960-1980 (política y violencia).* Buenos Aires: CEAL.

Izaguirre, Inés et al. (2009) *Lucha de clases, guerra civil y genocidio en la Argentina, 1973-1983. Antecedentes, desarrollo, complicidades.* Buenos Aires: Eudeba.

Ollier, Ma. Matilde (1986) *El fenómeno insurreccional y la cultura política.* Buenos Aires: CEAL.

----- (1998) *La creencia y la pasión. Privado, público y privado en la izquierda revolucionaria.* Buenos Aires: Ariel.

----- (2005) *Golpe o revolución. La violencia legitimada, Argentina: 1966-1973.* Caseros: Eduntref.

Peralta, Dante (2015) *La ciencia y «La Razón». La divulgación e información sobre ciencia en un diario de circulación masiva en perspectiva histórica (1917-1930).* Tesis doctoral.

Perdía, Roberto (1997) *La otra historia. Testimonio de un jefe montonero.* Buenos Aires: Ágora.

Sigal, Silvia & Verón, Eliseo (1986) *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista.* Buenos Aires: Legasa, 2003.

Slipak, Daniela (2015) *Las revistas montoneras. Cómo la organización construyó su identidad a través de sus publicaciones.* Buenos Aires: Siglo XXI.

HISTORIA DE LA PRENSA DE CÓRDOBA. ESTUDIO DE LOS CAMBIOS EN LA PORTADA DE LA VOZ DEL INTERIOR EN FUNCIÓN DE ELEMENTOS Y RECURSOS UTILIZADOS

Pérez, Lucas Enzo

FCC - UNC / lucaszopez@gmail.com

Savoretti, Rodrigo Ariel

FCC - UNC / rodrigosavoretti@gmail.com

Problema:

¿Cuáles fueron los cambios en la portada del diario La Voz del Interior a lo largo de su historia en función de los diferentes elementos y recursos utilizados?

Objetivo:

Describir cuales fueron los elementos y recursos que se utilizaron a lo largo de la historia del Diario la Voz del Interior produciendo cambios y transformaciones en su portada

Palabras claves: prensa gráfica; historia; medios; portadas

El avance tecnológico significa para los medios de comunicación una renovación constante de sus modos y sus formas. Hoy grandes informativos se ven enfrentados a una inmensa cantidad de posibilidades que las plataformas web ofrecen. Son cada vez más los medios, tanto los más grandes hasta los más modestos, los que se encuentran en la obligación de modificar su labor adoptando nuevas técnicas, recursos o herramientas que las tecnologías de la información y la comunicación imponen como requisito de protagonismo y seguimiento. No obstante, este avance deviene en gran parte de un recorrido periodístico que a lo largo de los años tuvo mucha influencia en la prensa tradicional.

La prensa es una practicante activa de la prueba de técnicas que el desarrollo tecnológico va ofreciendo a la profesión. A veces, por razones externas y otras por razones internas, el diario se ha visto expuesto a cambiar para progresar. Desde el Acta Diurna romana hasta los avisos instantáneos mediante un Tweet, la prensa gráfica

fue mutando a fin de conseguir diferentes objetivos.

Observar los cambios que ha sufrido el diario en cuanto a su lógica de producción, línea editorial, estilo literario, modos de información y demás aspectos es de suma importancia en el campo de los estudios de la prensa gráfica. No obstante, el interés aquí se centra en observarlo en las portadas. Analizar cómo se configuran la exposición del medio en su primer página es un modo de visualizar muchos de aquellos aspectos contenido dentro pero también es ver intereses concretos en el uso de diseños y sus elementos. Hacer una mirada detenida del diseño, de la fisonomía, de los criterios que allí se siguen es una manera interpretar la influencia contextuales que va recibiendo el diario. Describir el modo en que es presentando el contenido a largo de su historia permite apreciar el uso de esas técnicas desarrolladas, ver cuales de ellas se adoptan de modo tendencial, cuales por razones de economía financiera y espacial, ya que la publicidad será protagonista dentro de las portadas, o cuales por criterios meramente estéticos y profesionales.

Como dice Jorge Frascara, el diseño gráfico tiene su especificación con el xilógrafo en el siglo XV, pasando por el litógrafo en el 1890 y llegando al diseñador actual (Frascara, J.: 1994:28). Desde aquel primer momento los estilos fueron variando y cambian llegando a darle al profesional actual un ejercicio de la selección de uno entre esos, centrándose en cuestiones estéticas, comunicacionales e ideológicas. El dibujante y el impresor fueron los encargados darle formato a los diseños visuales en el siglo XIX. El diario no se vio ajeno de las influencias del Art Nouveau que buscaba romper con lo establecido. Cambiar significaba buscar un buen diseño.

La predisposición que generó este movimiento en la rama del diseño gráfico se encuentra en los años 50' con la adopción de un perfil que se mantendrá hasta el día de hoy, dejar de lado la creación artística para adoptar la tarea de construir una comunicación eficaz. Al contemplar esto entendemos porque el desarrollo de la teoría de la aguja hipodérmica de la Laswell y la propagandística tuvieron una influencia importante en los gobiernos y en los medios masivos, que tenían una constante pretensión de establecer un control más homogéneo de las masas.

El diario en papel fue a lo largo de la historia el medio por excelencia para transmitir información a la población hasta algunos avances tecnológicos como la radio, la TV y por último el Internet. No obstante, al día de hoy, por más que se afirme que se avecina su desaparición, todavía hay una gran industria productiva de periódico en su formato tradicional.

La historia de la prensa gráfica en Argentina está llena de cambios y ajustes que van desde aquellos gubernamentales que tuvieron un dominio en el Virreinato y luego de la Revolución, los que lograron tener independencia

respecto al Estado, logrando cierta libertad de prensa, las producciones contrahegemonía y humorística, las vueltas a las censuras, la recuperación de aquella libertad perdida hasta la concentración de los medios masivos. Estos recorridos que de por sí tuvieron influencia en la producción informativa de los medios marcaron también formas estéticas en los diarios, folletines y otras producciones gráficas.

El origen de la prensa en Córdoba se da en 1823 con el diario "El Investigador", que comenzó a imprimirse en la imprenta del Colegio Monserrat, para continuar un camino lleno de enfrentamientos entre conservadores, humanistas y revolucionarios.

En la actualidad, La Voz del Interior es uno de los diarios regionales más vendidos el interior del país. El crecimiento y la permanencia de la empresa periodística deviene de el gran esfuerzo innovador por el que se caracterizó. La capacidad de saber de qué modo presentarse ante la audiencia que cambiaba sus pretensiones juntamente con los cambios económicos, políticos, tecnológicos, culturales y estéticos fue una de sus más grandes virtudes.

Este trabajo pretende hacer una revisión de las portadas de los diarios de La Voz del Interior a lo largo de su historia para describir cuáles fueron los cambios y las mutaciones que hubo en su diseño. Asumiendo que la primera plana es, en palabras de Maria Ines Loyola, la cara del diario y por lo tanto es el primer contacto con el lector, comprendemos que no solo importa el contenido sino también la forma en que este es presentado (Loyola, M.I.: 2015, 172) Esto permitirá seguir entendiendo lo que Jorge Frascara señala en su texto sobre la primacía en el diseño gráfico inclinado hacia la comunicación efectiva que pretende atraer la atención pero también retenerla, además que en el caso de los diseños de diarios, libros y revistas lo que se debe facilitar y estimular la lectura, para luego preguntarse: ¿Cuáles son los diseños y elementos que desarrolló La Voz del Interior en sus portadas? ¿A cuales fue quitando, cuales incorporaron y que otros reforzaron? ¿Que modificaciones hubo en la estructura de las portadas a lo largo del siglo XX? Para Mario García el diseño de una página conlleva "un planteamiento previo de cómo irá cada uno de los elementos, donde se va a colocar y qué efectos tendrá en el aspecto general de la página" (García, M.: 1982, 57)

A través del análisis descriptivo de las tapas del diario La Voz del Interior se intenta dar cuenta de los cambios producidos a lo largo de las décadas. Para poder visualizar a los mismos, se hace hincapié en la estructura de la portada, junto con sus elementos básicos que son, según M. Loyola, nombre (logo), precio, fecha (2015:70) y aspectos del diseño gráfico tales como la tipografía, la textura, elementos adicionales, la selección de imágenes o ilustraciones. Además, nos será importante tener en cuenta los aspectos meramente textuales, tales como la

extensión, posicionamiento, uso de las fuentes, recursos lingüísticos, etc. La publicidad también será otra faceta al observar, así su tamaño, ubicación y su formato.

La metodología que se implementará será una observación exploratoria de cincuenta y dos muestra, dos cada 10 años, lo cual permitirá hacer el análisis descriptivo de los cambios y mutaciones en la estructura, diseño y elementos de la portada de La Voz del Interior.

El antecedente que se encontró para este trabajo es un trabajo final de grado del año 2003, "Diseño de portada del Diario La Voz del Interior : su evolución en el período 1992-2002", el cual se consideró más que idóneo, realizado por Elvio Orellana y Eduardo Orsi, egresados de la antigua Escuela de Ciencias de la Información, que tuvo como director al docente y Lic. Ulises Oliva. Esta investigación ha sido de gran ayuda al momento de revisar metodología, referencias y marco teórico. El trabajo que se propone exponer difiere de éste en hacer una revisión mayor en el periodo temporal, quizá con menor exhaustivamente, pero prestando mayor atención a cuestiones que tienen que ver de abandono y permanencia de diseños y elementos de las portadas.

Bibliografía

- Druetta, Santiago y Saur, Daniel (2003). Manual de producción de medios gráficos, Editorial COMUNICarte, Córdoba.
- Elvio Orellana, Eduardo Orsi (2003) Diseño de portada del Diario La Voz del Interior : su evolución en el período 1992-2002 / ; director Ulises Oliva. ECI – UNC, Córdoba Argentina.
- Frascara, Jorge (1994). Diseño Gráfico y Comunicación, (pp. 27 a 59) Ediciones Infinito, Buenos Aires.
- García Mario, "Diseño y Remodelación de Periódicos". EUNSA. Pamplona 1984
- Loyola, M.I. (2015): "El periódico", en Manual de Producción Gráfica I. ECI. UNC. Córdoba.

LA POLÍTICA INVISIBLE QUE NADIE RECLAMÓ

Mallimaci, María Andrea

UBA - UCES

Palabras claves: políticas; comunicación; audiovisual; banco; derecho

Durante 2018 desarrollé mi tesis de Maestría sobre la política del Banco Universal de Contenidos Universales Argentino desde una mirada del derecho a la comunicación. En ese proceso pude conocer la política en profundidad y dialogar con sus trabajadores y beneficiarios y analizar el desarrollo y muerte de una política que podría haber sido ejemplo en el mundo y, sin embargo, pasó totalmente desapercibida incluso en el conjunto de políticas llevadas adelante por los gobiernos de Néstor y Cristina Kirchner.

El período abordado por este trabajo se enmarca en un momento histórico signado por las presidencias de Néstor Kirchner (2003-2007) y Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011; 2011-2015). Durante estos tres gobiernos se llevó adelante un fuerte desarrollo de políticas de comunicación, sobre todo en el campo audiovisual. En este sentido fue muy importante recorrer los trabajos académicos ya existentes sobre las transformaciones de las políticas públicas en el campo audiovisual en general y en esta época en particular.

El Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (Bacua) surge en un momento político, social y cultural caracterizado por la discusión del rol de la comunicación y los medios en las democracias contemporáneas en Argentina.

Martín Becerra (2015) ubica un punto clave en la historia de las políticas nacionales de comunicación de la era kirchnerista tras la asunción como presidenta de Cristina Fernández de Kirchner en 2007, quien rompe el vínculo fundamentalmente con el principal multimedios argentino, el Grupo Clarín: "Ese cambio abrió una transición representada en la sanción de la Ley de Servicios Audiovisuales y su largo vía crucis judicial" (p. 30). Glenn Postolski (2009) coincide con la caracterización del momento y destaca el punto de quiebre entre el gobierno y el Grupo Clarín a partir del conflicto con los sectores productivos agrarios

por la resolución ministerial que proponía establecer retenciones móviles a las exportaciones del sector en marzo de 2008: “La cobertura periodística del conflicto agropecuario se sumó a la recurrente tensión entre los grupos multimediales y el gobierno argentino” (p. 147). De esta manera, varios autores coinciden en que la principal motivación de la puesta en marcha del debate sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) se encuentra en esta pelea, que generó una serie de discusiones sobre el rol de los medios y la relevancia de los contenidos audiovisuales.

De esta manera, este momento histórico es caracterizado por el impulso del proyecto de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) por parte del gobierno nacional. Mariana Baranchuk (2010) analiza el anuncio del mismo en la apertura de las sesiones legislativas ordinarias del 1ero. de marzo de 2009, donde la presidenta Cristina Fernández de Kirchner anunció que enviaría el proyecto de ley al Congreso de la Nación. La LSCA fue tratada en un contexto de debate público masivo que incluyó movilizaciones y enfrentamientos entre el gobierno y los principales grupos de medios del país. La demanda se volvió popular sostenida por la militancia de numerosas agrupaciones y manifestaciones públicas, y también fue resistida por los grandes medios. Como señalan Marino, Mastrini y Becerra (2011), la discusión sobre el rol de los medios masivos y su regulación tuvo una fuerte presencia mediática y eso dio visibilidad a un tema largamente ocultado, principalmente, por los intereses económicos en juego.

La ley cerró un círculo de políticas públicas que incluían la posibilidad legal (LSCA), la posibilidad técnica (el despliegue de la TDT permitía transmitir mayor cantidad de señales a partir de las tecnologías digitales de compresión en el mismo espacio en el que antes transmitía una señal analógica) y la producción de contenidos (las políticas de fomento a la producción audiovisual contenidas en el Bacua) para impulsar un proceso de desconcentración de la comunicación audiovisual.

Grzincich y Alaniz (2017) señalan este período histórico como aquel en el que la producción audiovisual se ubicó en un lugar estratégico para el debate de temáticas sociales, políticas e históricas:

Las medidas desarrolladas, junto a la sanción en octubre del 2009 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522, son parte de un fenómeno de cambio que se produjo entre 2009 y 2015 en casi toda la región latinoamericana cuyo eje estuvo dado por poner en cuestión a los medios en general y, en particular, a la concentración de su propiedad. (p.11)

Dos años después de la sanción de la LSCA y en plena vorágine electoral, el 21 de junio de 2011, desde la Galería de los Patriotas Latinoamericanos de la casa de gobierno

y por cadena nacional, la presidenta Cristina Fernández de Kirchner hace uno de los anuncios más esperados del momento: su candidatura a la reelección presidencial que luego ganará con el 54% de los votos. Sin embargo esta fecha, recordada por muchas historiografías, es relevante a los fines de este estudio porque, en ese marco, presenta la declaración de interés público del Bacua, plasmado en el Decreto 835/2011 en su artículo 2.

La declaración de interés público del Bacua consta de seis objetivos:

- a) Crear una base de contenidos audiovisuales con el objeto de fomentar el diálogo y la integración cultural y social tanto a nivel local, nacional como de la región iberoamericana, promoviendo la democratización y el acceso a la información en el marco del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T).
- b) Promocionar la cultura, defensa y conservación del patrimonio histórico y artístico, buscando la integración cultural, social y económica de la Nación.
- c) Reunir y preservar contenidos ya existentes, producidos por los diferentes actores del ámbito audiovisual, la televisión pública, educativa, cultural y comunitaria, así como aquellos generados y/o producidos en el marco de otras políticas de fomento desarrolladas o a desarrollarse por el Estado Nacional.
- d) Propiciar acuerdos con otros bancos y redes de contenidos nacionales e internacionales, que permitan enriquecer el diálogo interregional.
- e) Facilitar la distribución y el intercambio de contenidos audiovisuales y propiciar el acceso a la información en forma libre y gratuita.
- f) Desarrollar Contenidos Digitales Abiertos (CDA) a fin de permitir la difusión gratuita de los contenidos audiovisuales que integran el BACUA a través de medios alternativos de comunicación pública.

El desarrollo y análisis de cada uno de los objetivos planteados en la declaración de interés público del Bacua permitió construir un conocimiento profundo de la política y contrastar cada uno de los objetivos con los datos obtenidos a través de las entrevistas, los documentos y las normativas encontradas. Se observa que los objetivos están desarrollados a dos niveles: uno que dialoga con la tradición más teórica y retórica sobre las políticas de comunicación y otro que atraviesa una suerte de hoja de ruta sobre el hacer.

Un objetivo general que se repite una y otra vez por los responsables de la políticas analizadas en las entrevistas y plasmado en diversos documentos y normativas, fue el de configurar una reivindicación a sectores

ampliamente olvidados en el campo audiovisual en el marco de una política más abarcativa que estuvo dirigida al empoderamiento de sectores históricamente vulnerados y vulnerables en el pleno ejercicio de la democracia. En efecto, en el documento que da inicio a la actividad y fija el reglamento del organismo en el que se desarrolla el Bacua, el Consejo Asesor, se destacan tres objetivos fundamentales: la promoción de contenidos audiovisuales para televisión; el fortalecimiento de las capacidades productivas de todo el territorio nacional y la generación de empleo. Sin dudas estos objetivos fueron cumplidos, sobre todo los dos últimos. Las más de 3000 horas contenidas en el banco demuestran que realizadores y realizadoras de todo el país, que hasta el comienzo de la política no tuvieron ninguna posibilidad de contar sus propias historias y cumplir con aquello que el derecho a la comunicación llama “derecho a existir”, tuvieron esa posibilidad gracias al conjunto de políticas que vio su resultado más palpable en el Bacua. Esto sin dudas fortaleció las capacidades productivas en todo el país y todas las agrupaciones gremiales del campo audiovisual coinciden en que no hubo mayor apogeo de empleo en el sector como en esa época. Sin embargo, este trabajo no puede concluir con la mera celebración de una política que fue desterrada de un día para el otro con la simple acción de abandonar un edificio prestado y no renovar contratos a trabajadores monotributistas.

La pregunta sobre la ausencia de demanda frente a la clausura de la política de los sectores que encontraron en ella una reivindicación histórica debería existir en futuros estudios. La facilidad con la que se dismanteló la política respondió a causas múltiples y diversas, y tuvo como razón fundamental la retirada del Estado en la plena decisión de fomentar el derecho a la comunicación en el campo audiovisual. Al mismo tiempo, la precariedad normativa y la ausencia tanto de diseño como de condiciones de empleo de los trabajadores y trabajadoras contratados, evidenciaron la ausencia de una estrategia general que pudiera garantizar su sostenimiento a pesar de las vicisitudes políticas e históricas.

Teniendo en cuenta lo antes mencionado, existe un punto más en el interrogante sobre el resultado de la política que necesariamente se relaciona con la facilidad de su dismantelamiento: la ausencia de vínculo con las audiencias. Esta ausencia se encuentra en todas las instancias de la política general de la que forma parte el Bacua: en los llamados a concursos para la producción de contenidos, en la catalogación, en la distribución y en la asignación de material. En todo este recorrido no se encontró ninguna definición de búsquedas, caminos, temáticas que guiaran a los nuevos contenidos. No se encuentra porque no se investigó en ese sentido, porque todos los esfuerzos estuvieron direccionados al fortalecimiento de las capacidades productivas en todo el país, esto es, a profesionalizar las prácticas de

producción, a dar un derecho históricamente olvidado, a asignar recursos. Estos objetivos, que son en extremo valorables y podrían ser una primera parte y condición necesaria del posterior desarrollo, olvidaron que aquello que se producía era contenido audiovisual. Y que el contenido audiovisual es “la tele”, ese dispositivo cotidiano, permanente y omnisciente capaz de configurar identidades, imaginarios, historias, trayectorias, aspiracionales, verosímiles.

La omisión de las audiencias es relevante porque se relaciona con la ciudadanía como el lugar simbólico de constitución de los sentidos sociales, los relatos e identidades que se vinculan de modos diversos, como aquel espacio que genera exclusiones y consensos y que habilita no solo las voces que pueden ser oídas sino también las que pueden recibir. Es, entonces, advertir y admitir que no es sólo la tecnología ni la asignación de recursos lo que hace que las sociedades se vinculen y adopten nuevas gramáticas, sentidos y conductas; que no es un ejercicio de emisión sin miramientos, sino un diálogo que requiere la observación de la ciudadanía, la vinculación con sus entramados simbólicos y la acción afirmativa del Estado para garantizar derechos históricamente relegados a los sectores de la población siempre olvidados.

Bibliografía

- Baranchuk, M. (2010). Una historia sobre la promulgación de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (o el largo camino hacia la democratización de las comunicaciones). En *Ley 26.522 de servicios de comunicación audiovisual: historia, antecedentes europeos y principales artículos*. Buenos Aires, Argentina: Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA).
- Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia. Política de medios en Argentina y América Latina*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- De Charras, D., Lozano, L. y Rossi, D. (2013). Ciudadanía (s) y derecho (s) a la comunicación. En G. Mastrini, A. Bizberge y D. De Charras (Eds.), *Las políticas de comunicación en el siglo XXI* (pp. 25-52). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.
- Grzincich, C. G. y Alaniz, M. (2017). *TV Digital Argentina: Políticas públicas y regulación en el contexto suramericano (2009-2015)*.
- Loreti, D. y Lozano, L. (2012). El rol del Estado como garante del derecho humano a la comunicación. *Revista Infojus - Derecho Público*, 1, 29-55.
- Loreti, D. y Lozano, L. (2014). *El derecho a comunicar*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores.
- Marino, S., Mastrini, G. y Becerra, M. (2011). Argentina: el proceso de regulación democrática de la comunicación. En A. Koschützke y E. Gerber (Eds.), *Progresismo y políticas*

de comunicación: *manos a la obra* (pp. 33-48). Buenos Aires, Argentina: Fundación Friedrich Ebert.

Postolski, G. (2009). Continuidades, desplazamientos y transformaciones en las Políticas de Comunicación en Argentina. En S. Sel (Coord.), *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo* (pp. 135-150). Buenos Aires, Argentina: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

PAKAPAKA EN EL DEBATE

SOBRE POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICACIÓN

Scroca, Andrea

US / andreascroca@gmail.com

Vidal, Marcelo

US / marcelo.vidal@usal.edu.ar

Palabras claves: medios estatales; Televisión Pública; series de animación; canales infantiles; audiovisual

524

Introducción

La puesta en servicio del Canal Encuentro, en el año 2007, inauguró en Argentina la experiencia inédita de desarrollar una señal televisiva educativa y cultural desde el estado. Además de estar dirigida al público en general, esta señal fue pensada como una herramienta pedagógica para la comunidad educativa en particular. Pakapaka, originalmente un segmento dedicado al público infantil dentro de la programación de Canal Encuentro, se convirtió tres años más tarde (año 2010) en una señal televisiva autónoma.

La asombrosa excursión de Zamba se estrenó el año 2010 y se posicionó como serie “insignia” de la señal, lo cual ayudó a Pakapaka a ubicarse en los primeros lugares del rating entre los canales de cable dedicados al público infantil¹⁶³. En el año 2014, *Zamba* fue nominada a “Mejor serie animada infantil” en los International Emmy Kids Awards. La serie cuenta con 48 episodios regulares de 22 minutos de duración promedio, además de gran cantidad

de especiales y cortos¹⁶⁴.

Para indagar las relaciones entre la representación histórica en la narrativa audiovisual dirigida a un público infantil y las políticas públicas en comunicación y educación la investigación se concentra en las dos primeras temporadas de la serie.¹⁶⁵ La característica sobresaliente se relacionó con que este conjunto de episodios comparte una temática única y en su proceso de producción se mantuvo el mismo equipo de creación (Mignona, Salem, Di Meglio). Esto permitió un análisis más profundo y homogéneo que evitó una dispersión temática.

Esta presentación se desarrolla sobre dos ejes diferenciados, aunque interrelacionados. Uno de esos ejes es el que pone el foco en la serie audiovisual en sí misma. Aquí son tenidos en cuenta dos aspectos centrales: que recursos narrativos desde el punto de vista de los contenidos utiliza la serie con relación a la representación de figuras y de procesos históricos y sociales; y que dispositivos formales despliega para el tratamiento de esos contenidos desde el punto de vista audiovisual. Son tomados en cuenta aquellos elementos narrativos específicos que conforman el género de la animación infantil y el modo en que esos elementos fueron empleados para narrar hechos históricos.

El otro eje se focaliza en establecer los lineamientos de política pública que propone la gestión de gobierno en el período escogido. Dos cuestiones gravitan en este punto: cuáles son las políticas públicas que dan marco a la propuesta que se analiza; y cuál es el contexto nacional e internacional en las que esas políticas públicas son llevadas adelante.

En el primer punto, es necesario analizar cómo se posiciona la gestión con respecto a problemáticas tales como el dominio de lo público, el rol del estado en la construcción de ciudadanía, el niño como sujeto de derecho, el desarrollo de parámetros de calidad etc. En torno al segundo aspecto, este trabajo toma en consideración los últimos debates surgidos en el contexto de profunda transformación en el ecosistema de medios de comunicación y de las tecnologías de la información, teniendo especialmente en cuenta los aportes teóricos realizados bajo una perspectiva latinoamericana.

164 Las series de cortos animados comprendían *El asombroso Mundo de Zamba*, *Zamba Pregunta*, *El asombroso equipo de Zamba* y *Canciones de La Asombrosa Excursión de Zamba I, II y III entre otros*

165 El agrupamiento de los episodios en temporadas responde a cuestiones organizativas posteriores y fue llevada adelante luego de producida la serie. El sistema de coproducción llevado adelante por Pakapaka hacía difícil establecer con claridad temporadas.

Para el análisis de los recursos narrativos y los dispositivos formales desplegados por la serie, este trabajo utilizó las categorías desarrolladas por Gaudreault & Jost en sus estudios sobre cine y narratología y en el caso específico de los personajes fueron tenidos en cuenta los estudios de Philippe Hamon sobre el tema. Con relación a la animación y sus formas de representación se tuvieron especialmente en cuenta los desarrollos teóricos de Lotman, Gonzalez Vidal y Chávez Mendoza. Por último para el análisis de la inserción de las televisiones públicas en el ecosistema actual de tecnologías de la información y de la comunicación, fueron tenidos en cuenta principalmente los aportes a ese debate desarrollados por Arroyo, Becerra, Castells, García Canclini, Martín Barbero, Vargas y Uranga.

Planteos novedosos a viejas problemáticas

Las conclusiones a las que hemos arribado surgen luego de haber corroborado puntos de contacto entre los parámetros puestos de manifiesto en los lineamientos de las políticas públicas y diversos elementos formales y de contenido presentes en la producción.

La trama narrativa propuesta por la serie, permite que relato e Historia se crucen y que los personajes históricos y los de ficción interactúen en un mismo plano narrativo. Zamba habla de igual a igual con San Martín, Belgrano o Saavedra. El punto de vista de quien accede a la historia, es el punto de vista de un niño. Este recurso narrativo permite una manera de acceder a la historia desde el niño.

Esta característica formal da cuenta de la elección por parte de los creadores de desarrollar una representación didáctica de la historia mediante la hibridación de géneros y lenguajes que responden a formas contemporáneas de narrar. Esta hibridación es además la que permite la convivencia del relato principal con las secuencias que remiten a escenarios de videojuegos, de tráileres de películas, o esquemas gráficos documentales ya descritos anteriormente.

Estos mecanismos sumados a la elección del género de dibujos animados permiten entrever la búsqueda por parte de los autores de establecer una conexión de complicidad con el espectador, con los niños. Dice el historiador y guionista Gabriel Di Meglio “me parece que en el dibujito gana el dibujito sobre la historia. Es decir, gana el género. Si vas a escribir policial, hay reglas de policial para que funcione. Hay que ser respetuosos que los chicos saben ver dibujitos antes que leer”. Esta concepción es la misma que expresa la directora del canal Pakapaka en su artículo académico: “Creemos que, más allá de la diversidad plasmada de acuerdo con el contexto social y cultural, los chicos tienen una experiencia rica con el lenguaje audiovisual y están en contacto con el código de la imagen desde sus primeros años.” Esta

perspectiva refleja una mirada novedosa y desprejuiciada sobre la madurez de los niños a la hora de ver contenidos audiovisuales por parte de los responsables de la señal como por parte de los creadores de la serie.

En ese sentido, esta definición se relaciona con una demanda histórica que se les hacía a las propuestas para niños que tenían como propósito un fin didáctico. Similar a la concepción que relaciona cultura con aburrimiento. Al respecto Magdalena Albero Andrés sostiene “Si tratamos a los niños como espectadores inteligentes, es fundamental también que respetemos su derecho a una programación televisiva que estimule su curiosidad por el aprendizaje”.

Conclusiones

- La señal Pakapaka lideró la producción animada durante el período 2010-2015: 38 producciones de series animadas en comparación con 9 películas de animación (coproducciones entre el INCAA y producciones privadas) y 3 series animadas de canales privados.

- Pakapaka logró concretar con Zamba lo que fomenta en sus postulados: producciones audiovisuales innovadoras desde lo narrativo y lo técnico y que permitan la experimentación discursiva en el lenguaje audiovisual con la combinación de recursos y técnicas de animación diversas.

- Pakapaka logró disputar con éxito las audiencias al resto de las señales de cable dedicados al público infantil. Esas señales pertenecen en su mayoría a conglomerados mundiales y disponen de presupuestos más elevados.

- El medio comunicacional es entendido como una multiplataforma que comprende lo televisivo, lo digital y la interacción participativa, además de generar recursos para el uso de programas en el aula.

- La concepción de los niños/as como sujetos de derechos y pensadores de su realidad por parte de la señal, la aleja de la concepción tradicional de “sujetos de entretenimiento” a quienes solo hay que divertir y ampara las producciones con finalidad educativa, cultural y de conocimiento.

- Tanto Pakapaka como su hermano Canal Encuentro, han desarrollado una modalidad de coproducción con casas productoras jóvenes que favorece el surgimiento de proyectos como *La asombrosa...* Esta característica es reveladora de un cambio profundo en la manera en que el estado se posiciona en el desarrollo de políticas públicas relacionadas con los medios y la educación¹⁶⁶.

166 Uno de los resultados obtenidos en la encuesta La producción audiovisual en la Argentina de 2012 de la

- La serie *La asombrosa excursión de Zamba* resultó un caso novedoso en la animación argentina al tener como eje temático principal la historia del país y sus próceres. Nunca antes en la animación argentina se representaron a los héroes patrios ni se los usaron como personajes narrativos dramáticos.

Bibliografía

Albero Andrés, M. (2001). Revista científica de comunicación y educación. *Comunicar* n° 17, 118.

Arendt, H. (1993). *La condición humana*. Barcelona: Paidós.

Becerra, M., García Castillejo, O., & Arroyo, S. L. (2012). *Cajas Mágicas El renacimiento de la televisión pública de América Latina*. Madrid: Grupo Anaya.

Borello, J. A., & González, L. (2012). *La producción audiovisual en la Argentina. Resultados de una encuesta*. Obtenido de www.ungs.edu.ar: <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2014/LibrosM/Septiembre/UNGS.pdf>

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial.

Di Meglio, G. (18 de Marzo de 2018). Sobre la asombrosa excursión de Zamba. (A. Scroca, & M. Vidal, Entrevistadores)

Ferro, M. (1991 Vol. 1 núme. 1). Perspectivas en torno a las relaciones Historia-Cine. *Filmhistoria*, 3-12.

Fiorito, V. (2014). La necesidad de un canal público infantil. En A. P. Nicolosi, *La televisión en la década kirchnerista: democracia audiovisual y batalla cultural* (págs. 223-239). Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

García Canclini, N. (2006). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

García Canclini, N. (2008). Adaptándose a los nuevos tiempos. Cinco dudas sobre la televisión cultural. *Telos 11. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 13-21.

García Canclini, N. (2009). *Diferentes, desiguales y desconectados*. México: Gedisa.

Gaudreault, A., & Jost, F. (1995). *El relato cinematográfico: cine y narratología*. Buenos Aires: Paidós.

Genette, G. (1989). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.

González Vidal, J., & Chávez Mendoza, J. (2015). *Los dibujos animados como campo hiperregulado de producción semiótica*. Obtenido de [aversus](http://www.adversus.org/indice/nro-29/articulos/XII2906.pdf): <http://www.adversus.org/indice/nro-29/articulos/XII2906.pdf>

Hamon, P. (1977). Pour un statut sémiologique du

personnage. En R. BARTHES, *Poétique du récit* (págs. 115-180). Paris: Seuil.

Lotman, I. (2000). *La semiosfera III. Semiótica de las artes y la cultura*. Madrid: Cátedra Ediciones.

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.

Martín-Barbero, J. (2001). Claves de debate/ Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención. En O. Rincón, *Televisión pública: del consumidor al ciudadano* (págs. 35-69). Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Martín-Barbero, J. (2002). *La educación desde la comunicación*. Barcelona: Norma.

Martín-Barbero, J. (2002). Tecnicidades, identidades y alteridades: desubicaciones y capacidades de la comunicación del nuevo siglo. *Diálogos de la comunicación* n°4, 12.

Mazziotti, N. (2001). La televisión en Argentina. En G. Orozco, *Historias de la Televisión en América Latina*. Barcelona: Gedisa.

Mignona, S. (Octubre de 2018). Realizado y Productor Audiovisual. (A. Scroca, & M. Vidal, Entrevistadores)

Salem, F. (Dirección). (2010). *La asombrosa excursión de zamba en el cabildo T01C03* [Película].

Salem, F. (Dirección). (2010). *La asombrosa excursión de Zamba en el cabildo T01 C01* [Película].

Salem, F. (Dirección). (2010). *La asombrosa excursión de Zamba en el cabildo T01 C02* [Película].

Salem, F. (Dirección). (2010). *La asombrosa excursión de zamba en el cabildo T01C04* [Película].

Trombetta, J. (2017). *El lenguaje de la animación como herramienta para mitificar la historia de Eva Perón*. Obtenido de www.researchgate.net: https://www.researchgate.net/publication/322370831_El_lenguaje_de_animacion_como_herramienta_poetica_para_mitificar_la_historia_de_Eva_Peron

Uranga, W., & Vargas, T. (s.f.). http://www.wuranga.com.ar/images/propios/13_lo_publico.pdf. Obtenido de http://www.wuranga.com.ar/images/propios/13_lo_publico.pdf

Verón, E. (1985). *El análisis del contrato de Lectura. Un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los medias*. París: IREP.

Zucchelli, G. (Dirección). (2007). *Quirino Cristiani* [Película].

Universidad Nacional de General Sarmiento es ilustrativa al respecto “la muestra obtenida permite observar una amplia mayoría de productoras “jóvenes” en el sector. El 41,8% de las productoras encuestadas fueron fundadas entre 2006 y 2010” página 6.

PAUTA OFICIAL NACIONAL DE LOS CANALES DE TV ABIERTA DE CÓRDOBA Y ROSARIO: UN ESTUDIO COMPARATIVO (2015 - 2016)

Sosa, Florencia Daniela

ICEP de UNQ / florsosa.pato@gmail.com

Palabras clave: publicidad; políticas de comunicación; regulación; Estado; medios

Desarrollo del problema

Este trabajo expondrá la pauta oficial nacional otorgada en 2015 y 2016 a los canales de televisión abierta 3 y 5 de Rosario y 10 y 12 de Córdoba.

En 2016, la Cámara de Senadores dio media sanción a un proyecto de ley sobre la pauta oficial, pero este no llegó a la Cámara de Diputados. No obstante, el gobierno nacional definió mediante la Resolución 247/16 los criterios para la regulación de publicidad oficial: 1) el alcance del medio, 2) la pertinencia del mensaje, 3) la zona geográfica y 4) el fomento del federalismo y pluralidad de voces.

Sin embargo, respecto a la aplicación de estos criterios, Espada y Marino plantean varias críticas:

De acuerdo a lo analizado sobre la Resolución 247, se puede establecer que el Gobierno argentino a cargo de Mauricio Macri establece criterios no objetivos (como “pertinencia del mensaje”) pero sin embargo identifica que la pauta oficial puede utilizarse como fomento a la pluralidad de voces (cuarto criterio). Define, a su vez, que la “audiencia” resulta determinante para la obtención de pauta. Pero no crea instrumentos de medición propios ni acordes a la necesidad. Tampoco crea autoridades de control ni gestión colegiadas, técnicas e independientes. Si bien se habilita un registro de proveedores, este no es taxativo en cuanto a los procesos de contratación. Debe agregarse, además, que dicho registro cuenta con restricciones que no asumen ni resuelven la deuda que el Estado tiene en materia de regularización del sector sin fin de lucro de la comunicación. (Espada y Marino, 2018)

La Ley de Acceso a la Información Pública 27.275 de 2016 permite a los ciudadanos conocer la manera en que sus gobernantes representantes cumplen sus funciones y el destino que otorgan al dinero público. Si bien esta provisión de datos en formato abierto por parte del gobierno de Macri, supone un importante avance, la Resolución 247 resulta insuficiente para regular la pauta oficial. Becerra señala que esta normativa no resuelve el problema de fondo que refiere a:

los criterios de uso (cuando el Estado debe colocar PO), de distribución (quiénes reciben fondos para difundir esos mensajes), de contenidos (qué tipo de contenidos son legítimos para que el Gobierno los difunda con fondos públicos) y de control (quién controla al Gobierno para evitar abusos en esta materia) (Becerra, 2016).

Además, se añade que no hay datos abiertos sobre la pauta oficial provincial y municipal. Por lo que el análisis de la publicidad oficial de los canales de tv de Córdoba y Rosario, sólo se puede realizar con datos de pauta oficial nacional. Y aún pudiendo acceder a esta información, no se dispone de criterios claros, objetivos y públicos para establecer cuándo y cómo los gobiernos pueden utilizar los fondos públicos para realizar la publicidad de sus actos.

Antecedentes

La publicidad oficial como tema de debate público en Argentina tiene cada vez más relevancia. Organizaciones No Gubernamentales (ONG) como Poder Ciudadano y la Asociación por los Derechos Civiles (ADC) trabajan el tema hace 10 años. En la academia, son pocos los investigadores que se dedicaron a esta temática pero se destacan algunos trabajos de Martín Becerra: el capítulo “La Publicidad Oficial y sus múltiples facetas” del libro de Becerra “De la Concentración a la Convergencia. Políticas de Medios en Argentina y América Latina” (2015) y “Publicidad oficial 2017: concentrada y en aumento” publicada por Becerra y Guillermo Mastrini en Revista Fibra. Y los trabajos de Agustín Espada y Santiago Marino: “Publicidad Oficial en Argentina: propuesta metodológica y análisis crítico” publicado en Revista Divulgatio en 2018, además de notas periodísticas publicadas en Chequeado y Letra P.

En la última década, en Argentina existieron algunos intentos de regulación que no cumplen en su totalidad con los criterios estipulados por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) que considera a la pauta oficial como un mecanismo de censura indirecta. En 2004, la Coalición por una Radiodifusión Democrática consensuó “ 21 puntos básicos por el derecho a la información”. El tercero sostuvo: “Y también estará prohibida por la ley la asignación arbitraria o discriminatoria de publicidad oficial, créditos oficiales

o prebendas”. En 2009, la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual retomando este punto dispuso que los licenciatarios de radio y televisión deben informar públicamente cuáles son los montos en concepto de publicidad oficial que reciben, pero no detalló reglas y procedimientos que eviten la asignación discriminatoria y selectiva de la publicidad oficial.

Metodología

Los resultados de esta investigación fueron recabados de la página web de la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación donde se encuentran disponibles datos sobre la pauta oficial nacional otorgada desde 2009 hasta 2018. Este trabajo expondrá la pauta oficial otorgada en 2015 y 2016 a los canales de televisión abierta 3 y 5 de Rosario y 10 y 12 de Córdoba. Ambos años coinciden con el cambio de presidencia y permiten señalar la gestión de la pauta oficial en el último año de gobierno de Cristina Fernández y el primero de Mauricio Macri. Cabe destacar que el análisis se restringe a la pauta oficial nacional porque no hay datos públicos sobre la pauta oficial provincial y municipal.

La Resolución 247 cobró vigencia en el segundo semestre del 2016, por lo que los datos

obtenidos sobre la pauta oficial de los semestres del 2015 y el primer semestre del 2016 no tuvieron regulación.

La pauta oficial de la televisión abierta será interpretada desde el enfoque de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura que comprende a la televisión como un medio de comunicación y como una industria cultural y específicamente desde la perspectiva de las Políticas de Comunicación. Para ello, el análisis incluirá una definición de publicidad oficial y un desarrollo de los criterios establecidos por la CIDH para la formulación de una regulación de pauta oficial. Además, se utilizarán las variables de estructura de propiedad, historia y relaciones políticas para profundizar las condiciones y el contexto en que la pauta oficial es asignada a cada uno de los canales.

Resultados

La distribución de la pauta oficial constituye es una de las más importantes políticas públicas de comunicación de los gobiernos, además del impulso y cumplimiento de las leyes en la materia y la administración de los medios estatales.

A continuación, se presenta una comparación de la pauta oficial nacional otorgada en 2015 y 2016 a los canales de tv abierta de Córdoba y Rosario.

En el último año de presidencia de Cristina Fernández (2015) el canal que más pauta oficial recibió - de los considerados en este estudio - fue el Canal 5 de Rosario perteneciente a Telefe con \$8 millones, al que le sigue el Canal 10 de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) con \$6 millones, en tercer lugar se encuentra el Canal 3 de Rosario del Grupo Televisión Litoral con \$3 millones y por último, el llamativo bajo monto destinado al Canal 12 de Córdoba del Grupo Clarín \$162 mil. (Ver Gráfico 1).



Gráfico 1. Producción propia.

En 2016 el gobierno de Mauricio Macri revirtió la situación otorgando a los canales 3 de Rosario del Grupo Televisión Litoral y 12 de Córdoba del Grupo Clarín \$11 millones (a cada uno), a los que le sigue el Canal Universitario con \$9 millones y por último el Canal 5 de Rosario de Telefe con \$6 millones. (Ver Gráfico 2).



Gráfico 2. Producción propia.

Los datos también arrojan que aun cuando en 2015 se llevaron adelante las elecciones presidenciales (momento donde los gobiernos más tratan de poner en pantalla sus políticas de estado) la pauta oficial destinada a los canales

de tv abierta de Córdoba y Rosario es notablemente menor a la otorgada en 2016.

Además, se destaca que en 2015 el semestre que más pauta oficial obtuvo es el primero, en el segundo semestre el monto que ya es bajo se reduce considerablemente si se tiene en cuenta la inflación del 26,6 %. Mientras que en el 2016 el semestre que más ingreso tiene es el segundo. Las emisoras que vieron incrementados sus ingresos por pauta fueron las privadas: Canal 3 (347,4%), Canal 5 (306,9%) y Canal 12 (382%). Por su parte, Canal 10 recibió en el segundo semestre un 3,7% de publicidad oficial menos que en el primero.

No obstante, si tenemos en cuenta la pauta oficial nacional otorgada al total de los medios de comunicación (en los cuales el Gobierno Nacional autó), Marino y Espada señalan que si se compara la pauta oficial destinada en 2015 con la del 2016, teniendo en cuenta la inflación del 40%, se percibe una reducción presupuestaria del 25% ¹⁶⁷.

También es interesante señalar que si bien en términos generales la pauta nacional de 2016 fue menor, la concentración de los medios que reciben pauta estatal se intensificó. El ranking de 15 medios infocomunicacionales que recibieron pauta en 2016 realizado por Espada y Marino (2018) postula en el primer puesto al Grupo Clarín, tanto en el primer semestre como en el segundo. Cabe decir que este grupo en 2015 se encontraba en el quinto puesto, debido a su conflicto con el gobierno kirchnerista de Cristina. En Córdoba el Canal 12 que pertenece al grupo incrementó sus ingresos un 6.777,7%

Por su parte, Telefe - Viacom aparece en el primer semestre en el quinto puesto, mientras que en el segundo semestre escala al segundo puesto. Esto se condice con los datos sobre la pauta oficial de Canal 5 de Rosario perteneciente al mismo grupo: en el primer semestre del 2016 el canal recibió \$1 millón mientras que en el segundo semestre el canal recibió \$5 millones, incrementándose sus ingresos un 306,9%.

Considerando el caso del Canal 3 de Rosario, se puede destacar que la buena relación con el gobierno de Cambiemos les permitió aumentar sus ingresos por pauta oficial notablemente. De 2015 a 2016, aún considerando la inflación del 40,3% el incremento fue de un 167,4%, pasando de obtener casi \$4 millones a \$12 millones anuales.

Por último, el Canal 10 de Córdoba es el que se nota más estable. Esto muy probablemente se explica por su carácter estatal. Los gobernantes de turno tuvieron en 2015 y 2016 relación directa con los rectores de la UNC que administran los medios universitarios, entre ellos Canal 10. De 2015 a 2016 el incremento fue de 10,2 %.

Bibliografía

Becerra, Martín (2015). “La Publicidad Oficial y sus múltiples facetas” en “De la Concentración a la Convergencia. Políticas de Medios en Argentina y América Latina.” Paidós. Buenos Aires.

Becerra, Martín. (2016). La pauta oficial, en cuestión. Letra P. Disponible en: <https://www.lettrap.com.ar/nota/2016-8-25-la-pauta-oficial-en-cuestion>

Coalición por una Radiodifusión Democrática (2004), 21 puntos básicos por el derecho a la comunicación. Disponible en:

http://es.wikisource.org/wiki/21_puntos_b%C3%A1sicos_por_el_derecho_a_la_comunicaci%C3%B3n

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH). (2000). Declaración de principios sobre Libertad de Expresión”, CIDH. Consultado en: <http://www.cidh.org/basicos/basicos13.htm>

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH). (2004). Informe de la Oficina del Relator Especial para la Libertad de Expresión 2003. Consultado en: <http://www.cidh.org/relatoria/showarticle.asp?artID=139&IID=2>

Espada, A. y Santiago M. (2018). Publicidad Oficial en Argentina: propuesta metodológica y análisis crítico. Revista Divulgatio, Perfiles académicos de posgrado. Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en: <http://revistadivulgatio.web.unq.edu.ar/?entradas-ejemplares=publicidad-oficial-en-argentina-propuesta-metodologica-y-analisis-critico>

Jefatura de gabinete de Ministros. Pauta Oficial. Secretaría de Modernización. Presidencia de la Nación Argentina. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/jefatura/pautaoficial>

Marino, S. y Espada, A. (2017). ¿Cómo usó la publicidad oficial Macri en su primer año? Chequeado. Disponible en: <https://chequeado.com/el-explicador/como-uso-la-publicidad-oficial-macri-en-su-primer-ano/>

Resolución 247/16. Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/#!DetalleNorma/151727/null>

167 <https://chequeado.com/el-explicador/como-uso-la-publicidad-oficial-macri-en-su-primer-ano/>

LOS ARTISTAS GRÁFICOS EN LOS INICIOS DE LA REVISTA PBT (1904-1908). APORTES DESDE LA COMUNICACIÓN VISUAL

Ploc, Laura Tarasiuk

UNL / litarasiukploc@unla.edu.ar

Wiszniacki, Mariano

UNL / marianwis@gmail.com

Palabras claves: artes gráficas; magazine; historia de la prensa; ilustradores; humor visual.

El magazine como formato periodístico tuvo su primer desarrollo a comienzos del siglo XX cuando la cantidad de publicaciones de este formato aumentó en pocos años. PBT fue una publicación que nació de la mano de Eustaquio Pellicer, quien en 1898 ya había fundado la emblemática *Caras y Caretas*, inaugurando el género en nuestro país. Además de la novedad del género, estas publicaciones fueron pioneras en la incorporación continua de ilustraciones y fotografías, determinando el carácter eminentemente ilustrado de sus páginas (Romano, 2004). Las ventajas que ofrecía el género permitieron que tanto las noticias como los contenidos artísticos estuvieran acompañados por algún grabado que ampliara o fijase el contenido textual. El presente texto trabaja desde un esquema de investigación exploratorio (Sabino, 1992), indagando en las imágenes incorporadas en el semanario PBT, con el objetivo de cimentar una tipología de dichas imágenes que permita focalizar en el análisis de géneros específicos. Los análisis ayudan a reconstruir las biografías de los ilustradores en lo que respecta a sus carreras artístico-visuales.

El corpus de este trabajo ha sido seleccionado en modalidad aleatorio sistemático, obteniendo un total de 53 ediciones que fueron observadas y seleccionadas. A partir de esta selección se realizó un relevamiento de cada una de las ilustraciones, identificando firma del ilustrador y tipo de imagen. Para realizar la primera observación y análisis de los datos, se requirió construir una categorización de tipos de imágenes que se pudieran llegar a encontrar. Las categorías de imágenes definidas

fueron: caricatura satírico-política; viñetas humorísticas, ilustración para textos (de opinión, prosa o poesía).

El procesamiento de los datos ha permitido identificar a los ilustradores que publicaron con mayor regularidad en los primeros años de la revista, como así también conocer las tipologías para las cuales producían sus imágenes. De esta forma, la segunda instancia de observación y análisis se focalizó en el estudio de la obra particular de artistas seleccionados. El criterio de selección para estos últimos fueron: artistas que publicaron regularmente en alguna sección de la revista así como artistas que produjeron reiteradamente imágenes para alguna tipología específica.

En cuanto PBT, se pudo identificar que la publicación hizo una fuerte apuesta a la incorporación de imágenes en sus páginas. El resultado de este aspecto se puede apreciar en la profusión de grabados: tanto fotografías como ilustraciones convivían en las páginas en donde el desarrollo textual era escaso en algunos casos. Rara vez se observa alguna página sin grabado alguno. Antes de cumplir su primer aniversario, en la revista se anunciaba la ampliación en la cantidad de páginas, y al mismo tiempo se comenzó a anunciar la cantidad de grabados incluidos en cada edición. Alrededor de 350 grabados en promedio podían encontrarse en PBT, en un total de 112 páginas que pasó a tener la revista en su edición número 37. Estos anuncios pueden interpretarse como un intento de demostrar la importancia de la inclusión de imágenes en las páginas de la revista.

La edición contaba con secciones fijas que abarcaban una amplia variedad temática y estaban dirigidas a lectores diferentes:

- Las notas de actualidad extranjera se concentraban al comienzo de la revista e incluían solamente fotografías vinculadas a las noticias.
- Las páginas artísticas (literarias o pictóricas) se ubicaban regularmente posterior a la portada interna con la que contaba la revista. Las ilustraciones en estas páginas eran preeminentes.
- Las viñetas humorísticas en cambio se incluyeron a lo largo de toda la revista. Cabe destacar que PBT realizó una apuesta a esta tipología casi novedosa en Argentina, ya que si bien en otras revistas y periódicos también se incluyeron historietas, no se observa de manera sistemática y en la cantidad en que PBT lo hizo en su comienzo. Antes de 1904, *Caras y Caretas* publicó viñetas humorísticas con cierta irregularidad.
- Secciones tales como “Moda femenina”, “Para la niña y la mujer”, “Enciclopedia ilustrada”, “Consejos útiles”, “Notas de Sport”, se ubicaban generalmente al final de la edición y claramente estaban dirigidas a diferentes tipos de lectores.

En las observaciones realizadas se identificó un amplio repertorio de ilustradores que participaron en la revista. Muchos de estos artistas gráficos ilustraban de forma fija alguna de las secciones de la publicación. Otros se abocaron principalmente a una tipología específica, como por ejemplo la ilustración para textos literarios. Al mismo tiempo, hubo artistas visuales que incursionaron en la producción de géneros tales como las viñetas humorísticas, las cuales resultaba novedosas para la época por su abordaje narrativo de la temporalidad de manera visual. Finalmente, otro grupo de viñetas humorísticas estaban dirigidas a un público lector infantil.

El propósito de este trabajo es contribuir a la conformación de tipologías de ilustradores, de modo tal de efectuar un aporte más a la historia social y cultural de nuestro país, focalizando en la configuración de su sistema de medios de comunicación. De tal modo, se pretende reconstruir estas identidades colectivas e individuales que no han recibido la debida atención por parte de la historiografía de la prensa y del campo artístico argentino.

Este escrito, es parte de los avances del proyecto de Investigación “Vivir del oficio: dibujantes, grabadores y litógrafos en la modernización de la prensa diaria argentina (1894-1916), entre el empleo y el negocio independiente” dirigido por la Dra. Alejandra V. Ojeda, en el marco de la Convocatoria 2017 de Proyecto Amílcar Herrera de la Universidad Nacional de Lanús.

EL GOBIERNO DE LOS USUARIOS. INFORMACIÓN, INTERACCIÓN Y PLATAFORMAS EN LA GUBERNAMENTALIDAD NEOLIBERAL. ABORDAJE TEÓRICO Y METODOLÓGICO

Venier, Emiliano

UNSa / emilianovenier@yahoo.com.ar

Ares, Florencia

UNSa

Navarrete, Noelia Macarena

UNSa / noelia_navarrete@hotmail.com.ar

Paesani, Maximiliano

UNSa / maxijpaesani@gmail.com

Palabras clave: gubernamentalidad; neoliberalismo; plataformas mediáticas; métodos digitales; políticas públicas

En los estilos que asumen las prácticas gubernamentales de las poblaciones en la Argentina y en la provincia de Salta, es posible advertir el ensamblaje de un conjunto de técnicas y tecnologías de la información mediante las cuales se busca una mayor eficacia en la conducción de las personas con un menor costo del ejercicio del poder. En el título aparecen indicados los aspectos conceptuales principales que orientan el desarrollo de una investigación sobre técnicas de gobierno desplegadas en el presente: de un lado la idea de gubernamentalidad entendida como la reflexión y el diseño de técnicas para el gobierno de las personas; y de otro lado la idea de usuario como categoría que refiere a la constitución de un sujeto contemporáneo a partir de las relaciones que se entablan entre individuos y tecnologías digitales de intercambio simbólico e informacional.

La apuesta analítica por descifrar las condiciones de emergencia de un sujeto político denominado ciudadano digital (que instala una nueva forma de articulación política), implica revisar saberes y reflexiones que hicieron foco en la problematización por el qué y el cómo gobernar, por la forma en que se cuadrícula el espacio de acción

de los individuos en nuestras sociedades. Estas formas emergentes de la acción gubernamental fueron definidas como “gubernamentalidad algorítmica” (Rouvroy & Berns, 2016) o “capitalismo de vigilancia” (Zuboff, 2015, Srnicek, 2018).

La investigación indaga en discursos, enunciados y prácticas de gobierno actuales que tienen como objeto de la reflexión y la acción gubernamental un sujeto cuyas conductas cotidianas y agenciamientos se configuran a partir de la mediación de complejas interacciones dinamizadas por dispositivos tecnológicos de uso individual que dan acceso a plataformas digitales públicas y privadas conectadas para la sociedad tecnificada, la gestión eficiente de la vida, la información y el entretenimiento. Lo que interesa es establecer vínculos entre algunas políticas y prácticas de gobierno implementadas por el Estado argentino en los últimos cinco años que se apoyan en la “datificación” de las prácticas sociales registradas por dispositivos digitales (Srnicek, 2018; Van Dijck, 2019) como técnica efectiva para la orientación de las conductas de los individuos y de las poblaciones; y los usos y apropiaciones sociales de las tecnologías y las racionalidades que han pensado esa “economía de las relaciones de poder” (Foucault en Dreyfus & Rabinow, 1988, p. 243) cuya eficacia resulta del ensamble de técnicas biopolíticas y técnicas de control (Deleuze, 2006). En este último sentido se destaca los saberes desarrollados desde tradiciones teóricas como la cibernética que dio lugar a la teoría matemática de la comunicación o teoría de la eficacia comunicativa.

El interés es por las condiciones que dieron lugar a la emergencia de técnicas gubernamentales que se encuentran fundadas en la implementación del año 2017 de la *Plataforma Digital del Sector Público Nacional* en el marco del programa *País Digital*. La plataforma nuclea mil quinientos trámites que corresponden a sesenta organismos públicos del gobierno argentino. Al igual que las plataformas privadas, esta plataforma vincula los datos de los usuarios con datos de los perfiles de las redes sociales utilizadas por los ciudadanos. Para favorecer la conectividad entre las plataformas se regula la creación de un perfil digital en el que se deben consignar al menos un perfil de usuario de plataformas mediáticas (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube o Snapchat) donde el gobierno envía información de programas dirigidas al tipo específico de beneficiario que corresponda y publicidades de acciones de gestión.

Las preocupaciones que genera esta forma de articulación política son pensadas a partir de elementos conceptuales derivados de la obra de Michel Foucault, particularmente en el momento que indaga en la emergencia del neoliberalismo en occidente entendido como un nuevo arte de gobernar (Foucault, 1985, 1988, 1993, 2006, 2016). La tarea implica realizar un análisis histórico

de los saberes y enunciados que articulan los juegos de verdad, las técnicas de poder y las formas de subjetividad que definen la experiencia política en el presente.

Para profundizar en esta tematización resulta esclarecedor el planteo proveniente de un núcleo de estudios post-foucaultianos de procedencia predominantemente anglosajona identificado como “estudios de gubernamentalidad” (Avellaneda, 2015; Burchell, Gordon, & Miller, 1991; De Marinis Cuneo, 1999; Lemke, 2002, 2007; Mussetta, 2009; Papalini, 2012; Rose, O’Malley, & Valverde, 2012). Según Lemke con el concepto de gubernamentalidad Foucault aborda dos aspectos. En primer lugar la hipótesis de trabajo sobre la constitución recíproca de técnicas de poder y formas de conocimiento y de regímenes de representación y modos de intervención; en segundo lugar en las múltiples y diversas relaciones entre la institucionalización de un aparato estatal y las formas históricas de subjetivación (Lemke, 2007, p. 45). Los estudios que se apropian del enfoque de la gubernamentalidad afirman como intensión elaborar grilla de inteligibilidad o analítica del gobierno que permita ver las condiciones en las que emergen, permanecen y mutan las entidades particulares, regímenes de prácticas (Dean, 2010) mediante las cuales se afirman unas mentalidades que se “dirigen a modelar las conductas de las cosas, eventos y sujetos que se pretenden gobernar” (Mussetta, 2009, p. 49).

Una categoría relevante en el estudio es concepto de “dispositivo” definido por Foucault como un entramado que agrupa el juego y la funcionalidad de un conjunto heterogéneo de elementos que comprenden “instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, posiciones filosóficas, morales, filantrópicas” (Foucault, 1985b:128).

En esta línea se busca reconocer la grilla de inteligibilidad del dispositivo gubernamental que produce singulares agenciamientos incitados a partir los usos de la *Plataforma Digital del Sector Público Nacional* para programas de empleo y capacitación del *Ministerio de Producción y Trabajo* en su conectividad con las plataformas mediáticas. Es a partir de la arquitectura del dispositivo gubernamental mencionado que se propone dar cuenta de un modo singular de articulación política.

Los Métodos digitales para el análisis de las interacciones en las plataformas.

A los efectos de acceder a estas dimensiones nos asistimos de técnicas de investigación documental que nos permiten revelar las racionalidades y las condiciones de emergencia, permanencia y mutaciones

de la *Plataforma Digital del Sector Público Nacional*. Esos modos se articulan con métodos de análisis cuantitativos de los objetos digitales (Rogers, 2017) para relevar las publicaciones de los organismos públicos en los perfiles de usuarios y las reacciones e interacciones generadas. En el artículo *Internet research: the question of method*, Richard Rogers afirma que el objetivo de este tipo de métodos de investigación introducen una nueva era en la investigación relacionada con internet permitiendo estudiar los objetos digitales mediante herramientas digitales. Este desarrollo permite romper la dicotomía entre lo “real” y lo “virtual” en las prácticas sociales producidas mediante las tecnologías de la comunicación lo que permite llevar más lejos las investigaciones sobre la cultura online (Rogers, 2009:2). Rogers plantea que los problemas cruciales en este campo ya no es que tanto de la cultura y la sociedad está en internet, sino mas bien como se puede diagnosticar las condiciones del cambio social y cultural que promueve el uso de la internet (Rogers, 2009:8). Para estos objetivos es necesario implementar una metodología nativamente digital. Esto por que Rogers plantea no considerar solamente la internet como un objeto de estudio, sino un fuente metodológica. De allí que acuña el lema “seguir el medio”, es decir, reconocer las lógicas con las que se despliegan los objetos en internet, por ejemplo, en el caso de las redes sociales analizar y ordenar datos de hashtags, *links*, *tags*, *post*, etc.

El planteo se complementa con técnicas cualitativas derivadas de la etnografía virtual (Hine, 2005) para la revisión de perfiles usuarios en redes sociales de los beneficiarios de estas las políticas que nos ayudarán a identificar los modos de interacción que los organismos públicos incitan desde las plataformas de sociabilidad.

Los fundamentos que sostienen la tarea analítica se inspiran en los aportes de la Teoría

del Actor-Red (TAR) desarrollada por Bruno Latour y Michel Callon (Latour, 2008) la cual constituye una corriente de investigación sociológica que complementa las relaciones entre humanos y máquinas en la vida cotidiana como formas de interacción en la co-construcción de la realidad social. Para Latour las formaciones sociales son patrones de redes de elementos heterogéneos que incluyen actores humanos y no humanos (como individuos, instituciones, recursos, tecnologías) (Caliandro, 2017). La TAR insta a los investigadores a entender las formaciones sociales como una entidad resultante de la actividad de actores mas que como un punto de partida *a priori*. Para esta propuesta Latour acuña el lema “follow the natives (seguir los nativos)”, que significa seguir las prácticas a través de las cuales los actores sociales construyen el orden social. Este lema de “seguir los nativos” también incluye a los actores no humanos como quasi sujetos, por ejemplo híbridos dotados de agencia y moral específicos que

cooperan con los actores humanos en la construcción de las formaciones sociales (Latour, 1988).

Bibliografía

- Avellaneda, A. (2015). “Las escalas del poder político artes, redes y técnicas en los estudios de gubernamentalidad”. *Astrolabio*, (14), 93–120.
- Burchell, G., Gordon, C., & Miller, P. (1991). “The Foucault Effect: Studies in Governmentality”. Chicago: The University of Chicago Press.
- De Marinis Cuneo, P. (1999). “Gobierno gubernamentalidad, Foucault y los anglofoucaultianos”. En R. Ramos Torre & F. García Selga (Eds.), *Globalización, riesgo, reflexividad. Tres temas de la teoría social contemporánea*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Dean, M. (2010). *Governmentality: Power and Rule in Modern Society*. Society. Sage. <https://doi.org/10.5860/CHOICE.47-6521>
- Deleuze, G. (2006). “Postdata sobre las sociedades de control”. *Revista de Teoría del Arte*, (14/15), 183-189.
- Dreyfus, H. L., & Rabinow, P. (1988). *Michael Foucault: Más allá del estructuralismo y la hermenéutica*. Nueva Vision.
- Caliandro, A. (2017). “Digital Methods for Ethnography: Analytical Concepts for Ethnographers Exploring Social Media Environments”. *Journal of Contemporary Ethnography*. 1-28.
- Foucault, M. (1985). Nuevo orden interior y control social. *Saber y verdad*, (La Piqueta), 163–166.
- Foucault, M. (1988). “El sujeto y el poder.” *Revista Mexicana de Sociología*, 50(3), 3. <https://doi.org/10.2307/3540551>
- Foucault, M. (1993). Las redes del poder. Recuperado a partir de <https://www.casadellibro.com/libro-las-redes-del-poder/9789875746169/2299424>
- Foucault, M. (2006). *Seguridad, Territorio y población*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2016). *Nacimiento de la biopolítica* (4a ed.). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the internet: embedded, embodied, and everyday*. London: Bloomsbury.
- Latour, B. (1988). “Mixin human and Nonhuman together: the sociology of door-Closer”. *Social Problems* 35(2): 289-310.
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.
- Lemke, T. (2002). “Foucault, governmentality, and critique.” *Rethinking Marxism*, 14(3), 49–64. <https://doi.org/10.1080/089356902101242288>
- Lemke, T. (2007). An indigestible meal? Foucault, governmentality and state theory. *Distinktion*:

Scandinavian Journal of Social Theory, 8(2), 43–64.
<https://doi.org/10.1080/1600910X.2007.9672946>

- Mussetta, P. (2009). “Foucault y los anglofoucaultianos: una reseña del Estado y la gubernamentalidad.” *Revista Mexicana de Ciencias Políticas*, 51(205), 37–55.
- Papalini, V. (2012). “Estudios de la gubernamentalidad: la subjetividad como categoría de la política.” *Astrolabio*, (8), 190–208.
- Rogers, R. (2009). *The end of of the virtual*. Amsterdam University Press.
- Rogers, R. (2017). “Digital Methods for Cross-platform Analysis.” En J. Burgess (Ed.), *The SAGE Handbook of Social Media*. Londres: Sage.
- Rose, N., O’Malley, P., & Valverde, M. (2012). Gubernamentalidad. *Astrolabio*, 8, 113–152.
- Rouvroy, A.; Berns, T. (2016, diciembre). “Gubernamentalidad algorítmica y perspectivas de emancipación ¿La disparidad como condición de individuación a través de la relación?”. En *Adenda filosófica*, 88–116.
- Sadin, E. (2015). *La humanidad aumentada*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataforma*. Buenos Aires: Caja Negra.
- VanDijck, J. (2019). *Cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Zuboff, Y. (2015). “Big Other: Surveillance Capitalism and Prospectes of an Information Civilization.” *Journal of Information Technology* Nro 30.

El artículo reconstruye los mecanismos de financiamiento, la regulación vinculada y las tendencias en los presupuestos manejados por los medios estatales de Argentina, Colombia, Chile y Brasil. A partir de allí se trazan tendencias y comparaciones que se contraponen con las experiencias de Canadá y Reino Unido. La selección de estos países se debe a que allí se produjeron en los últimos cinco años debates públicos en torno a la modalidad de financiamiento de los medios analizados.

El periodo central seleccionado va de 2014 a 2017, pero se busca reconocer regularidades o rupturas en el tiempo con la recuperación de cifras de 2004 y 2009. La metodología incluye la realización de entrevistas, la evaluación de documentación contable, la revisión de documentos públicos y el análisis de bibliografía específica.

El trabajo busca responder dos respuestas que guían la investigación: ¿Cómo mensurar el financiamiento recibido? ¿Cuáles son los mecanismos más efectivos? Y el problema se piensa en un contexto concreto delineado por las presiones gubernamentales y condicionamientos comerciales, con el marco de mercados audiovisuales concentrados y dominados por el modelo comercial en la región.

El financiamiento es abordado como un aspecto relevante, transversal y condicionante de los medios estatales, pero también como parte de un conjunto de dimensiones diferenciales complementarias. Este trabajo plantea un abordaje sobre el financiamiento de los medios estatales en su devenir particular histórico y no en abstracto o en un estado de situación fijo. Se ubica a los medios inmersos en políticas macroeconómicas nacionales y en tendencias del amplio sector de la comunicación en su fase convergente.

Se entiende que el modo de administrar los medios del Estado (incluido su mecanismo de financiamiento) forma parte de una política de comunicación. Existen políticas impulsadas para incidir en el funcionamiento de los medios estatales y otras que tienen impacto sobre ellos aunque no los reconozcan como destinatarios principales. En ambos casos se trata de decisiones, medidas o regulación específica que forman parte de una política de comunicación considerada en términos globales.

La relevancia de asegurar modos de financiamiento predecibles y estables se explica por las características económicas específicas de las industrias de la comunicación: altos costos fijos y bajos costos variables; la necesidad del trabajo creativo y de renovación permanente de la oferta, así como la aleatoriedad de la demanda; particularidades que han llevado a los medios comerciales a implementar economías de escala y explican su tendencia a la concentración. El acercamiento

DEBATES SOBRE EL FINANCIAMIENTO DE LOS MEDIOS ESTATALES EN AMÉRICA LATINA LAS EXPERIENCIAS DE ARGENTINA, BRASIL, CHILE Y COLOMBIA

Linares, Alejandro

**IEALC - UBA - CONICET - UNQ – UNLPam / linares.
 alejandro.felix@gmail.com)**

Palabras clave: medios públicos; medios estatales; financiamiento; políticas de comunicación; América Latina

a la cuestión del financiamiento en los medios estatales debe atender muy especialmente a la doble dimensión de las producciones audiovisuales: en tanto bienes culturales que ponen en circulación significados sociales, y en tanto bienes económicos que ingresan en cadenas económicas de producción de valor.

La información sistematizada y analizada permite señalar que limitar los ingresos sólo a la obtención de publicidad o a la recepción de sumas del presupuesto nacional puede someter a los medios estatales a inestabilidad en su financiamiento y a condicionamientos desde variables externas. Por otra parte, la aplicación de políticas de metas fiscales, de congelamiento o de baja en el gasto público (los casos de Argentina y Brasil) puede significar reducciones presupuestarias. Además, el caso chileno muestra cómo variaciones en el mercado publicitario de su país (motivadas también por movimientos en las preferencias de la audiencia) pusieron en crisis un modelo de financiamiento, exclusivamente comercial, que se mostraba eficiente hasta 2010. Además, difícilmente puede alcanzarse una propuesta distintiva a largo plazo si los medios estatales deben someterse sólo a la lógica del lucro.

Un punto a resaltar es la dificultad para hallar información clara y de fácil acceso sobre este aspecto en los casos analizados. No se comprobó la generación de informes anuales sobre el desempeño de las empresas que funcionen como documentos legibles de modo sencillo y vistoso para el público, como muestran las empresas de Canadá y Reino Unido, por citar los casos consultados.

Finalmente, los nuevos actores audiovisuales surgidos desde las plataformas de internet comienzan a disputar porciones de audiencia, publicidad comercial y oficial. Por tanto, dejar librada la suerte de estaciones estatales a lo que entreguen estas dos fuentes las coloca en una batalla con participantes crecientes, donde parece tener pocas chances de salir victoriosa. En función de este escenario, no resulta excesivo garantizar un porcentaje mínimo de la publicidad del gobierno y de empresas estatales para las experiencias con misiones de medio público.

En la búsqueda de dotar a los medios estatales de mayor capacidad de resistencia frente a presiones diversas y frente a recortes en el gasto público parece más razonable explorar gravámenes directos a nuevos y viejos actores del sector audiovisual. Sin resultar suficientes, las experiencias de Argentina, Brasil y Colombia muestran que las sumas obtenidas a través de ese mecanismo realizan aportes valiosos. Estas iniciativas deberán enfrentar, con seguridad, el rechazo de las empresas privadas.

Es preciso considerar el financiamiento de los medios estatales (para su actividad en diferentes plataformas)

desde su capacidad real de incidir en el escenario audiovisual. Se debe tener en cuenta la capacidad de otros actores que conviven en el escenario mediático y que muestran grandes niveles de concentración. Pocas expectativas pueden generarse a partir de presupuestos que solamente garanticen un financiamiento de subsistencia o que delimiten un rol marginal o subsidiario de los medios estatales.



EJE N°16



Prácticas y experiencias periodísticas

PERIODISMO LOCAL EN OLAVARRÍA: REFLEXIONES SOBRE RUTINAS PERIODÍSTICAS PARA UNA INVESTIGACIÓN EN CONSTRUCCIÓN

Alonso, Exequiel

ECCO - UNICEN- CONICET/ exealonso@gmail.com

Pereyra, Rocío

ECCO - UNICEN- CONICET/ rociopereyra.cs@gmail.com

Palabras claves: rutinas productivas; periodismo; uso y apropiación; TIC; Olavarría

Desarrollo del problema

Entendemos que para los periodistas, el actual proceso de convergencia mediática impulsado por fuertes innovaciones tecnológicas en los ámbitos de la producción noticiosa, implica el riesgo latente de la flexibilización de las condiciones de su trabajo, que ahora debe asumir la polyvalencia respecto a las tareas en la redacción, las temáticas que aborda y las empresas periodísticas para las cuales trabaja (Rost y Liuzzi, 2012). En los medios del interior de la Provincia de Buenos Aires, y en particular en las ciudades de la región centro: Olavarría, Azul, Tandil y Bolívar, la situación es compleja: las empresas exigen a los periodistas producir noticias para publicar en diferentes medios (diario, radio, televisión, web) adaptadas a diferentes soportes (computadora, radio, televisión, tabletas digitales y teléfonos inteligentes) y que se favorezcan comunidades en distintas plataformas (redes sociales, blogs, entre otras) (Rost, Bernardi y Bergero, 2016). En esta ponencia presentamos una aproximación a diferentes preocupaciones que surgieron una jornada con cinco periodistas locales, de la ciudad de Olavarría, durante la cual expusieron en torno a tres ejes: rutinas productivas, construcción de agendas y manejo de las fuentes. Este trabajo pretende ser un primer acercamiento al problema de investigación de una tesis doctoral sobre los usos y las condiciones de apropiación de las TIC, por parte de los periodistas de la región centro de la provincia de Buenos Aires, y cómo estas prácticas modifican las rutinas productivas, entendiendo a las mismas como “una serie de procedimientos que contribuyen a la organización de las tareas del periodista

en su labor cotidiana” (Bernardi y Aparicio, 2016, p. 53).

Antecedentes: acerca de las rutinas productivas del periodismo

De acuerdo a la investigadora Lorena Retegui (2017) podemos referenciar teóricamente los estudios del emisor dentro de la mirada del Newsmaking, es decir, la preocupación por cómo se construye la noticia. En otras palabras, estos estudios “parten de la hipótesis general de que los productos informativos son una construcción organizacional que surge de un entorno y sus dinámicas, y no de una simple selección inocente del medio”, por este motivo comprender las rutinas periodísticas es fundamental para el enfoque del Newsmaking (Retegui, 2017, p. 104). Para Stella Martini el aporte de esta teoría consiste en que “permite herramientas útiles para analizar la relación entre la imagen de la realidad social que construyen los medios, la organización y producción rutinaria de los aparatos periodísticos y los sentidos sociales (2000: 77).

En su tesis doctoral titulada “¿Qué realidad construyen los diarios?”, el investigador César Arrueta aporta un riguroso estado de la cuestión sobre rutinas periodísticas, entendiendo que las mismas son condición de posibilidad de la producción de noticias y analizarlas nos permite comprender: “que la noticia no es solo el resultado de un mecanismo de selección, sino también la construcción organizacional del producto de una multiplicidad de factores que intervienen en el proceso de negociación” (Arrueta, 2010: 42).

Cómo veremos en las preocupaciones de los periodistas de la ciudad de Olavarría, las condiciones laborales y la posibilidad de organizar las rutinas de trabajo están estrechamente vinculadas, dado que tal como afirma Arrueta, los periodistas están presionados por: “las exigencias del mercado, la imagen del público sobre los periodistas, la ideología del medio, cierta visión estereotipada que las escuelas de periodismo o las facultades de comunicación brindan y naturalmente los anunciantes” (2010: 79).

Coincidimos con Jordi Jaria Serra en que “la propia naturaleza del hecho informativo, como realidad compleja, dinámica e imprevisible, es la que necesita de una organización interactiva que haga posible de modo rápido el aporte de la energía de todos los planos del proceso productivo” (1996: 5). Por este motivo “los criterios deben ser aplicables fácil y rápidamente, de forma que puedan tomarse decisiones sin reflexionar demasiado” (Gans, 1979: 104 citado en Arrueta, 2010: 47). Esto implica que “el conjunto de factores que determina la noticiabilidad de los acontecimientos permite realizar cotidianamente la cobertura informativa, pero obstaculiza la profundización y la comprensión de

muchos aspectos significativos en los hechos presentados como noticias (Wolf, 1987: 219, citado en Arrueta, 2010: 45).

En la ciudad de Olavarría, con 140.000 habitantes, las rutinas periodísticas de los medios se acercan a lo que Arrueta define como “periodismo de periferia”: “la aceptación de convivir con una tensa dualidad: *el saber hacer frente el poder hacer*” (2010: 224), sin embargo el autor destaca que este tipo de periodismo constituye “un espacio que, coyunturalmente, ha virado a la parcialidad reconocida de sus producciones, pero que, sin embargo, esgrime intenciones de cambio que se reducen al concepto de conciencia informativa” (2010: 225).

Finalmente, y por tratarse de investigaciones en medios hiperlocales de la provincia de Río Negro, destaco el capítulo “Reorganización de las redacciones y nuevos perfiles profesionales” escrito por Alejandro Rost y Álvaro Liuzzi. Allí los autores se proponen: “conocer cómo los medios, las redacciones, los y las profesionales enfrentan estos tiempos de mutaciones” (2012: 11). Su análisis es valioso en tanto posibilita pensar la fusión de las redacciones de los diarios en papel y online y los cambios en el modelo de organización de las redacciones a partir de la convergencia mediática; las transformaciones de las rutinas periodística: agendas, tiempos de trabajo, responsabilidades, toma de decisiones, entre otras; y los nuevos perfiles en la redacción: polivalencia de tareas y nuevas necesidades de formación. Estos problemas aparecerán también como objeto de reflexión en las preocupaciones de los periodistas que presentaremos a continuación.

Metodología propuesta y preocupaciones centrales de periodistas de Olavarría

La Jornada de Periodismo, Investigación y Democracia fue organizada por el Observatorio de Medios, Ciudadanía y Democracia de la Facultad de Ciencias Sociales (UNICEN) por segundo año consecutivo. En la misma se propuso un panel integrado por cinco periodistas de la ciudad de Olavarría: “Periodista 1” trabaja en un multimedios, específicamente en la radio y el canal de televisión del mismo, “Periodista 2” trabaja en la producción y conducción de un programa de radio y cargando notas en el sitio web de la misma, “Periodista 3” trabaja como coordinadora de programación en una radio universitaria, “Periodista 4” trabaja en un medio nativo digital de información general, al igual que “Periodista 5”, quien además es dueño del medio. Para el procesamiento de la información procedimos a desgrabar el panel, realizar una lectura en detalle de todas las intervenciones y definir algunas categorías analíticas a partir de lecturas teóricas previamente realizadas que mencionamos en el apartado “antecedentes” de este trabajo. A continuación

presentamos las preocupaciones centrales que surgieron del panel.

Precariedad laboral y polivalencia de la práctica

Una preocupación concreta tiene que ver con la remuneración por las tareas realizadas: “Hoy el salario de un periodista está por debajo de la línea de la pobreza y en todos los medios hay problemas con el pago de salarios y con las paritarias” (Periodista 5). Además, la informalidad del sector, que se sostiene en gran parte con formatos de becas, pasantías, periodistas monotributistas o directamente la búsqueda de publicidad como remuneración. Los periodistas que participaron del panel, que tienen empleo registrado, señalaron con preocupación que “muchas veces los recursos son propios” (Periodista 4), en referencia a que ponen a disposición elementos indispensables para el trabajo: celulares, computadoras, el auto. Por otra parte, quienes se encuentran en relación de dependencia, manifiestan que trabajan más de las horas estipuladas por el convenio colectivo y además deben estar a disposición cuando los hechos ocurren y necesitan cobertura: “los mensajes se reciben a toda hora y eso te marca el desarrollo de la jornada” (Periodista 4). En cuanto a la polivalencia, y tal como señalan Rost y Liuzzi (2012), existe respecto a las tareas en la redacción, las temáticas que se abordan y los medios en los cuales es necesario trabajar para garantizar la supervivencia. Respecto a la primera, relacionada con la multiplicidad de tareas que deben realizar los periodistas, señalan: “Hoy tenemos que grabar, desgrabar, sacar fotos, filmar, editar, hacer un montón de cosas (Periodista 5). En cuanto a los temas o secciones en las que deben trabajar y los medios para los cuales deben desempeñarse, todos dejan en claro que “hay que estar preparados” para hacer notas sobre cualquier tema y salir en radio, gráfica, televisión o web cuando se los requiera.

Intereses de la audiencia y la importancia de la credibilidad

Otra cuestión que aparece con cierta recurrencia es la preocupación por interpretar los intereses de la audiencia, tanto con herramientas web o evaluando los mensajes y el *feedback* que reciben en sus medios. Sostienen: “Miramos mucho el consumo de los lectores, el impacto inmediato de la noticia. Podemos ver que le interesa a la gente, temas que por ahí para nosotros no son interesantes, hacemos un poco más hincapié en eso” (Periodista 5). Es interesante porque hay un proceso de reflexión y una hipótesis permanente sobre lo que la audiencia pretende de su tarea: “si el lector tiene problemas por más que nosotros no hablemos, el tema va a seguir siendo ese en la audiencia” (Periodista 2). Esto es vinculado, por los periodistas, con la credibilidad que

logran cuando abordan los temas que le preocupan a la gente de manera responsable: “Piensen que ustedes van a seguir informando todos los días y el capital simbólico de un periodista es la credibilidad, no se vuelve de un camino transitado donde la gente te pone en un lugar de que no sos creíble” (Periodista 1).

Relación (problemática) con las fuentes

En principio los periodistas coinciden con que “las fuentes son lo más importante para poder dar una información veraz, una información verídica” (Periodista 1) y en este sentido se percibe la responsabilidad en el chequeo de las fuentes, la consulta a las diferentes partes involucradas en un hecho y en la necesidad de esperar para dar una información hasta garantizar cierta “rigurosidad” periodística. Esto implica comprender que las fuentes tienen intereses y están dispuestas a utilizar a los periodistas para realizar operaciones mediáticas.

Por otra parte, hay una preocupación por “cuidar” a las fuentes dado que proveen información que de otra manera no conseguirían: “el código y la confianza con la fuente es fundamental, respetar el dato y cuidar a las personas” (Periodista 4), dado que esos vínculos proveen información valiosa para los periodistas y deben ser sostenidos: “el único capital con el que me fui de un medio a otro es la personas que tengo anotada en el teléfono, las cuales cuando llega una información las puedo llamar” (Periodista 4).

La construcción de la agenda

Respecto a la construcción de la agenda, los periodistas reconocen las similitudes entre los diferentes medios: “estamos girando en torno a los mismos ejes temáticos, a las mismas situaciones, algunos las encarar con mayor profundidad y otros no, pero eso va en relación al interés que tenga el medio. (Periodista 5). En este sentido, se deja claro que si bien los temas y hechos noticiosos se comparten, las diferencias están en el abordaje. Por ejemplo, desde un medio público universitario se remarca: “a la hora de definir el enfoque de cómo vamos a tratar un tema o una información lo hacemos a través de una perspectiva de Derechos” (Periodista 3). Para el resto de los medios de comunicación, comerciales, el armado de la agenda “no la define el periodista, no la decide el medio de comunicación, la agenda se va dando” (Periodista 2). Aunque se reconoce que los dueños de los medios de comunicación “tienen sus propios intereses y eso puede hacer variar la agenda, pero no la agenda de lo que hablar el oyente, lo que hablar el televidente, de lo que habla el lector” (Periodista 2).

La valorización de la rutina laboral

En general acuerdan con que “ciertas rutinas, para nosotros eso es muy importante porque el tiempo que compartimos para producir y poner al aire los programas es poco” (Periodista 3). Esta valorización de la rutina implica cometer menos errores y quedar menos expuestos ante la audiencia. Para ello los periodistas resaltan la importancia de trabajar en equipo en las redacciones: “Trabajar en equipo es lo mejor que les va a poder pasar porque: primero es gratificante, segundo porque minimizan los riesgos de las equivocaciones y tercero porque muchos ojos ven más que los dos que tenemos” (Periodista 1). Esta cuestión de trabajar en equipo se valora especialmente porque hay imprevistos que dificultan la tarea y son frecuentes, destacan: “no tenes dos días iguales, no sabes que va a pasar mañana. A nosotros, que trabajamos con la actualidad, la instantaneidad, nos llega un mensaje “hay un accidente” y ya salimos” (Periodista 4). El imprevisto implica la reorganización en el momento del funcionamiento de los equipos periodísticos: “llegamos a trabajar con un guión, todo armado, perfecto, prolijo, creemos que sabemos que vamos a hacer. Pasa algo y te cambio todo” (Periodista 1).

Aproximaciones finales para una investigación en marcha

Este trabajo nos permitió contrastar algunos supuestos iniciales respecto a con las preocupaciones de los periodistas de la ciudad de Olavarría, algo que consideramos va a enriquecer las próximas instancias de investigación: observación en redacciones de medios y entrevistas en profundidad. También, nos parece importante pensar en un diseño flexible de investigación, que pueda recuperar los datos que el trabajo de campo arroja para plantear nuevos interrogantes y profundizar la investigación.

Podríamos preguntarnos, a partir de las preocupaciones de los periodistas: ¿En qué medida las rutinas periodísticas refuerzan las condiciones de precarización del trabajo? ¿Cuál es el vínculo entre el uso de diferentes tecnologías de la información y la comunicación en las prácticas periodísticas, las rutinas productivas y las condiciones de precarización? ¿De qué manera se vinculan los intereses de los dueños de los medios, de los periodistas y los de la audiencia? ¿Es posible educar a la audiencia o “decir, sin decir”? ¿Cómo podemos pensar las prácticas periodísticas entre condiciones reales y escenarios ideales del ejercicio de la profesión? ¿Cómo se puede pensar el vínculo entre rutinas productivas, noticias publicadas y calidad de la información?

Bibliografía

- Arrueta, C. (2010). *¿Qué realidad construyen los diarios?: una mirada desde el periodismo en contextos de periferia*. La Crujía.
- Bernardi, M.T & Aparicio, B. (2016). Rutinas periodísticas en situaciones de emergencia. En Rost, A., Bernardi, M. T., & Bergero, F. (2016). *Periodismo transmedia, la narración distribuida de la noticia*. Río Negro, Argentina: Publifadecs.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad* (Vol. 4). Editorial Norma.
- Retegui, L. (2017). La construcción de la noticia desde el lugar del emisor. Una revisión del newsmaking. *Revista mexicana de opinión pública*, (23), 103-121.
- Retegui, L. M. (2017). *Los procesos de organización del trabajo en la redacción de un diario: un estudio a partir del diario La Nación, en el contexto digital (1995-2013)*. RIDAA
- Rost, A., & Bergero, F. (2012). *Periodismo en contextos de convergencia*. Río Negro, Argentina: Publifadecs.
- Rost, A., & Liuzzi, A. (2012). Reorganización de redacciones y nuevos perfiles profesionales. En Rost, A., & Bergero, F. (2012). *Periodismo en contextos de convergencia*. Río Negro, Argentina: Publifadecs.
- Rost, A., Bernardi, M. T., & Bergero, F. (2016). *Periodismo transmedia, la narración distribuida de la noticia*. Río Negro, Argentina: Publifadecs.
- Serra, J.J. (1996). *Telediarios: una experiencia práctica*. Madrid, Instituto Oficial de Radiotelevisión Española. RTVE

Introducción

Algunos de los cambios significativos en los modos de producción de la industria periodística a partir de la digitalización fueron los que modificaron las rutinas, la organización de las redacciones y el perfil profesional de los periodistas. En torno a estas temáticas hay una profusa producción académica que refiere cómo han ocurrido esas transformaciones en distintos medios, sin embargo, en nuestro país, no han sido analizadas con sistematicidad.

En este trabajo presentaremos los resultados de una investigación que indagó el periodismo de la Patagonia norte a través del estudio de dos tópicos que están en articulación: por un lado, el perfil profesional de las y los periodistas que trabajan en distintos medios regionales y sus percepciones acerca del trabajo y, por otro, las rutinas de producción de la información y la organización de los sitios de noticias nativos digitales locales de pequeña escala.

Desarrollo

Nuestro propósito fue conocer, de manera analítica, cuál es el perfil del periodista que trabaja en la Patagonia norte¹⁶⁸, qué tareas hace, de qué manera, dónde trabaja y observar rasgos diferenciados de otros en otros contextos. Y, también, la producción periodística en sitios de noticias nativos digitales en contextos de proximidad, específicamente, medios que no tienen una existencia por fuera de la web y que fueron creados y diseñados para su circulación en ese soporte. Apuntamos a desentrañar cómo es la organización que sostiene a estos medios, cuáles son las rutinas que llevan a cabo sus periodistas y qué particularidades tiene.

Para abordar este estudio abrevamos en la Sociología de la Producción de Noticias que, desde los años 70, ofreció un marco para el estudio de las organizaciones periodísticas y sus prácticas. Desde allí los autores definieron el concepto de rutinas periodísticas como “prácticas y formas de ejercicio marcadas por patrones, rutinizadas y repetidas que los trabajadores de los medios usan para realizar su trabajo” (Shoemaker y Reese, 1991). Se constituyen como un “ritual” (Tuchman, 1972) que los periodistas repiten en busca de la eficacia de una labor siempre “perseguida por los tiempos y por la compleja relación con las fuentes de información y el interés público” (Martini y Luchessi, 2004). También tomamos los estudios sobre el Periodismo Digital que refieren las transformaciones en el perfil del periodista en el ecosistema mediático digital. Entre los cambios en las habilidades que describieron los investigadores está

168 Se denomina Patagonia norte a la región comprendida por las provincias de Río Negro, Neuquén y Partido de Patagones.

PERFIL PROFESIONAL Y RUTINAS PERIODÍSTICAS EN SITIOS DE NOTICIAS DE LA PATAGONIA NORTE

Bernardi, María Teresa

UNCo/ mtbernardi@hotmail.com

Palabras claves: periodismo digital; producción informativa; sitios nativos digitales; prácticas periodísticas; precarización laboral

en primer lugar la *polivalencia*, es decir, la capacidad de producir y asumir labores diversas, en diferentes temáticas y para varios medios y plataformas al mismo tiempo (Salaverría y Avilés, 2008; Scolari, Micó Sanz, Navarro Güere, Pardo Kuklinski, 2008; García, X y Pereira Fariña, 2013). Y, además, el componente tecnológico que atraviesa la labor periodística, redefine el perfil por fuera del contexto del medio para el que trabaja. Se reclama que pueda expandir su formación incorporando otros campos del conocimiento más relacionados con los saberes técnicos-operativos que con los contenidos noticiosos, como el de Community Manager y la gestión de comunidades de usuarios en torno a una marca, el Social Media Planner, dedicado a la planificación de estrategias de comunicación y fidelización de audiencias a través de las redes sociales, entre otros.

Metodología

En cuanto al abordaje metodológico, combinamos métodos cuantitativos y cualitativos como la encuesta y la entrevista en profundidad. Así realizamos 105 encuestas que fueron enviadas a través de Facebook, Twitter a periodistas que tenían un perfil en esas plataformas y por correo electrónico a los medios regionales. A todos los invitamos a compartir entre sus colegas el enlace para responder el cuestionario. Realizamos, además, 18 entrevistas a periodistas de distintos medios de ambas provincias, en un período comprendido entre julio de 2015 y enero de 2017. Y seleccionamos tres medios nativos digitales para analizar el modo en que producen y como organizan sus rutinas laborales. Ellos fueron: *ANR*, de la ciudad de General Roca, Río Negro, *Neuquén al Instante*, de la capital neuquina, y *Cutral Co al Instante*, de la ciudad del mismo nombre, del interior de la provincia de Neuquén. Dado que los medios analizados no cuentan con una redacción física donde trabajar, basamos nuestro análisis en 6 entrevistas en profundidad con los periodistas que trabajan allí. Sus relatos, *lo que ellos dicen que hacen*, fue el modo de conocer el modo de producción y organización de los sitios de noticias nativos digitales locales.

Conclusiones

Una vez que obtuvimos todos los datos y los analizamos, arribamos a las siguientes conclusiones:

- El perfil del periodista regional tiene algunas características que lo distinguen del perfil del periodista a nivel nacional. Entre ellas, su juventud, con un promedio de aproximadamente 10 años menos que el promedio de edad del perfil nacional, la formación académica y la tendencia a la feminización. Si bien hay paridad entre el número de mujeres y

varones que trabajan en la profesión, en la franja que va de los 20 a los 40 años, la cantidad de mujeres es superior, aunque los roles que ocupan ellas son de menor jerarquía. Con respecto al empleo, la mayoría trabaja solo en periodismo, con una tendencia a la polivalencia y con cierto desencanto respecto de la retribución económica.

- A partir de las entrevistas en profundidad y de la nostalgia con la que describen las prácticas laborales conceptualizamos el perfil del periodista regional como *diaspórico*, entendiéndolo como aquel que, lanzado fuera de las fronteras de su *patria* debe adaptarse a las nuevas condiciones, sin apoyo y a su propio cargo, siempre con la esperanza del *retorno* a un estado, de seguridad económica y laboral. Aquella *patria* está representada por un tipo de “deber ser” del periodismo, aprehendido en el tránsito universitario y que, en muchos casos, es previo a las transformaciones de la digitalización. Es decir, un trabajo en blanco, en un solo medio, con una producción que se cumplía en un plazo razonable, con la supervisión de un jefe, y que se llevaba a cabo en un espacio acondicionado para tal fin como es la redacción.
- Respecto de las rutinas específicas en los medios nativos digitales de la Patagonia norte pudimos comprobar que es intensiva, por su velocidad en la producción, y extensiva, en cuanto a la polivalencia, mediática, profesional y temática que les exige a los periodistas. Esto ocurre principalmente porque trabajan con equipos pequeños, en algunos casos unipersonales, por lo que la flexibilidad en las tareas es un componente de la misma práctica, es decir “todos hacen todo”. La mayoría no tiene una capacitación específica en el campo digital, se fue formando junto con el desarrollo del medio y aprendiendo a prueba y error, según las necesidades que se presentan. Y, aunque aceptan que estas son las nuevas reglas de juego, reconocen el conflicto ético de hacer tareas que no les corresponden. La rutina es más autónoma y horizontal en tanto muchos de los periodistas trabajan en sus propios medios y son ellos quienes pueden decidir qué y cómo se cubren las noticias. Los criterios de noticiabilidad que prevalecen son: la proximidad y la inmediatez, todo lo que pasa en la ciudad o en lugares aledaños y que genere interés para la comunidad y que, además, se pueda cubrir y contar rápido, son los principales valores/noticia. La autonomía y la velocidad hacen que la información sea responsabilidad de cada periodista, por lo que el chequeo de datos y las correcciones corren por su cuenta. Esto implica, por un lado, una producción ligada al teléfono, aunque esto no quiere decir estrictamente “de escritorio”, muchos periodistas salen a la calle y envían su información desde allí, y

por otro, la debilidad de controles de calidad antes de su publicación.

- Un punto importante en las prácticas periodísticas de los medios digitales de la región es la ausencia de la redacción física. Es decir, la desaparición de un espacio que, históricamente, fue el lugar en el que los periodistas jóvenes completaban su formación compartiendo con los más experimentados los desafíos cotidianos del trabajo. La producción en estos sitios de noticias se realiza de manera individual, virtual y, en algunos casos, también móvil, a través del uso del teléfono celular con el que escriben y envían la información para ser publicada.

Finalmente, observamos, que las prácticas de los periodistas regionales en medios digitales están signadas por la precarización laboral y por la tendencia al emprendedorismo como un modo autogestivo de permanecer en la profesión.

Bibliografía

García, X. y Pereira Fariña, X. (Coords.) (2013). *Convergencia digital: Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago: Universidad de Santiago de Compostela.

Martini, S., y Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia: periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Salaverría, R., y García Avilés, J. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna.*, (23), 31-47

Scolari, C., Micó Sanz, J. L., Navarro Güere, H., y Pardo, H. (2008). El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes. *Zer* v. 13 (25) 37-60. Recuperado de: <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/3572/3200>

Shoemaker, P. Reese, S. (1991). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. USA: Longman

Tuchman, G. (1972). La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los peronistas. *American Journal of Sociology*, 77(4), 199.

MONITOREO DE MEDIOS DIGITALES: VOCES, TEMAS Y FUENTES EN CUATRO PORTALES DE POSADAS- MISIONES

Casales, Olinda Marina

FHyCS -UNaM /marinacasales@gmail.com

Millán, Maria del Rosario

IESyH (CONICET- UNaM) - FHyCS- UNaM / copomillan@gmail.com

Leite, Pamela

FHyCS- UNaM / pamelamelisaleite@gmail.com

Sosa, Cintia

FHyCS- UNaM / sintisima@gmail.com

Palabras claves: tratamiento informativo; agenda; fuentes; medios digitales

Este trabajo presentará resultados de los Monitoreos realizados durante los años 2018 y 2019 en cuatro medios digitales de la ciudad de Posadas, provincia de Misiones: Primera Edición, El Territorio Digital, Misiones On Line y Misiones Cuatro.

La propuesta se inscribe en el marco del Proyecto de Investigación “Dinámicas y lógicas comunicacionales en la esfera pública mediática en Misiones. Etapa II”, de la Secretaría de Investigación y Posgrado de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la UNaM y el Instituto de Estudios Humanos y Sociales (IESyH -CONICET-UNaM).

La misma tiene como objetivo caracterizar el ecosistema mediático local, en tanto zona periférica y fronteriza, así como identificar las condiciones estructurales para el ejercicio del derecho a la comunicación en clave de “ciudadanía comunicativa” (Matta:2006).

Además se propone entre otras cuestiones problematizar las lógicas informativas en los medios locales, así como caracterizar la esfera pública mediática y las condiciones para el ejercicio del derecho a la comunicación. En este sentido, este trabajo dialoga con relevamientos anteriores sobre algunas cuestiones estructurales del ecosistema

mediático local.

En ese marco se decidió iniciar un relevamiento sistemático sobre el temario de la agenda mediática para explorar los rasgos generales de los medios digitales más relevantes de la provincia, con las técnicas del análisis de contenido (Sánchez, 2005; Bardin, 2002).

Se implementó un estudio exploratorio descriptivo mediante una muestra no probabilística, de más de 1200 noticias en cada uno de los años relevados. Se registraron las noticias correspondientes a una semana, tomando como unidad de análisis todas las piezas periodísticas publicadas exceptuando los géneros de opinión y publicidad.

Con el mismo se buscó relevar los temas, fuentes y sectores que conforman la agenda mediática local. El relevamiento se realizó con la técnica de análisis de contenido sobre una muestra de poco más de 1200 noticias en cada año (2018-2019).

Los resultados arrojan datos sobre las condiciones generales de la producción de noticias en los medios digitales, que ronda entre las 30 y 35 notas por día en medios que cuentan con redacciones de no más de 10 personas. Asimismo, predominan la noticia como género en piezas que exceden los tres párrafos, aunque también es alta la producción de noticias breves.

Las variables más importantes que se relevaron se orientan a caracterizar aspectos básicos del trabajo informativo y la producción de noticias: extensión, utilización de diversos lenguajes multimedia (-audio, video, imagen-), autoría, ámbito geográfico de las noticias, temario, cantidad y tipos de fuentes, balance de fuentes. En relación con el tratamiento informativo se estudió el nivel de contextualización de las noticias y el enfoque informativo (temático o episódico).

A modo de síntesis general se puede señalar que los resultados de los monitoreos revelan que los medios digitales locales tienen un alto nivel de productividad con especial énfasis en los acontecimientos de la región. Sin embargo existe una marcada presencia de fuentes oficiales, alto índice de noticias sin fuentes o con presencia de una sola fuente. Cuando se registras más de una fuente, éstas suelen ofrecer visiones similares. Estos datos indican restricciones respecto de la pluralidad y diversidad como criterios de calidad periodística, al tiempo que indican una gran dependencia del estado como fuente principal y como generador de contenidos -a través de gabinetes, oficinas de prensa y convocatorias a conferencias, fam-press, desayunos con los periodistas, etc-, ya que los temas más tratados corresponden al ámbito de la política y las acciones del gobierno.

Desde esta perspectiva con el Monitoreo se busca

compartir *la foto* del tratamiento informativo que estos 4 medios digitales locales realizan en sus rutinas productivas sobre lo que constituye la agenda setting. Así como, la esfera pública local en dinámicas más amplias y en diálogo con otras esferas como el de la política y el de la sociedad civil.

Bibliografía

Mata, M C (2005). Informe Proyecto Condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo de la ciudadanía comunicativa. Fundación Friedrich Ebert, AL. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Córdoba.^{[1][2]}

Mata, M C (2006). Comunicación y ciudadanía. Problemas teórica-políticos de su articulación. *Fronteiras. Estudos mediáticos*, 8 (1), 5-15.

Sanchez Aranda, J. (2005) “Análisis de Contenido cuantitativo de medios”. En Berzanga Conde M; Ruiz San Roman J (Coor) Investigar la Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación. Mc Graw Hill. Madrid.

Bardin, Laurence (2002). Análisis de Contenido. Akal. Madrid.

LA INCORPORACIÓN DEL TESTIMONIO EN LA NACIÓN DIGITAL (2012-2016)

543

Díaz, Laura Noemi

USAL / lauradiaz-2011@live.com.ar

Giuliano, María Florencia

USAL / florgiuliano@gmail.com

Maderna, Florencia

USAL / flormaderna1975@gmail.com

El presente trabajo se circunscribe en la línea de investigación transversal: “Escenarios de las nuevas tecnologías”, el tema que se abordó en esta investigación bianual es el valor que le otorga el periodismo digital al uso del testimonio.

En la actualidad el periodismo digital hace uso del testimonio, entendiendo al mismo como “el relato que hace una persona en su condición de protagonista o testigo acerca de un hecho noticioso con todos los detalles que considere pertinentes”. (Torrico Villanueva, 1989)

Los protagonistas de las historias de las publicaciones tomadas como objeto de estudio dan testimonio de sus vivencias. “Es un privilegio del testigo dar fe de lo vivido o visto y relatarlo a los demás. Pero este testimonio solo adquiere forma cuando el testigo inicia su narración diciendo: ‘Estuve, vi, comprobé, hice, actué, soporté’”. (Gargurevich, 1982).

Nuestra hipótesis de investigación fue la siguiente: “El periodismo digital hace uso del testimonio como un recurso que agrega valor a la construcción de la noticia en la versión online del diario *La Nación* entre 2012 y 2016”.

El objetivo general fue demostrar cómo el testimonio se afianza en las publicaciones del diario *La Nación* en su versión digital entre 2012 y 2016, considerando que este medio ha sido pionero en la transición del papel a la versión online (1995) y le ha concedido un lugar de privilegio a este nuevo soporte periodístico. En cuanto a los objetivos específicos, se procuró analizar las secciones del diario que utilizan con mayor frecuencia el recurso testimonial, estudiar las temáticas que emplean el testimonio como herramienta, analizar las características de los discursos que incluyen al testimonio y establecer las razones por las que el testimonio es utilizado en este tipo de publicaciones.

544 Para abordar este tema, en primer lugar, se elaboró un marco teórico a partir de la lectura de distintos autores que tratan el tópico en cuestión. Desarrollamos aspectos relacionados al ciberperiodismo, tales como las características del ciberperiodista, la fusión de la prensa gráfica con el periodismo on line, cómo recorren los usuarios los diarios digitales; al tiempo que destinamos un apartado especial a las características propias de *La Nación* on line, nuestro objeto de estudio. Luego establecimos diversas definiciones del concepto de testimonio periodístico, sus antecedentes en la Argentina, sus rasgos, presentamos una clasificación como así también explicamos la relación que el mismo tiene con la literatura argentina. Por último, nos abocamos al estudio del uso del testimonio en el Nuevo Periodismo e hicimos referencia al género testimonial,

En cuanto a las herramientas y estrategias metodológicas empleadas para nuestra investigación, se realizó un análisis de contenido de las notas que priorizaron el testimonio como herramienta discursiva para, de esa manera, poder establecer en qué secciones se observaron y con qué frecuencia.

Por otra parte, se aplicó la técnica de análisis del discurso

de las notas que pertenecían a aquellas secciones que incorporaban al relato testimonial con mayor intensidad. Se determinaron las características que adquirirían el discurso periodístico con la subjetividad y la inserción de la primera persona como principal recurso. Finalmente, se efectuaron entrevistas a periodistas que incluían en sus notas el testimonio como principal herramienta.

El trabajo final de esta investigación bianual, consistió en un análisis exhaustivo de las notas periodísticas tanto en lo referido al contenido como en lo discursivo, complementado con las respuestas de las entrevistas mencionadas anteriormente, que nos permitieron llegar a resultados contundentes.

De esta manera, pudimos llegar a las conclusiones combinando los distintos resultados que arrojaron cada una de las técnicas propuestas.

En primer lugar, en cuanto al análisis de contenido pudimos obtener datos contundentes luego de la sistematización de las notas recolectadas en el periodo indicado. La sección que más utilizó el recurso del testimonio es deportes en el año 2012, espectáculos y sociedad en el siguiente año, *El Mundo* y espectáculos en 2014, se repite en el 2015 la sección *El Mundo* y en el 2016 *Sociedad*.

Un dato curioso es que la mayor cantidad de notas que han incluido al género testimonial no poseen firma, incluso pudimos observar que en el transcurso del año 2012 muchas de las notas pertenecen a agencias de noticias.

También hemos observado el recurso multimedia en varias de las notas, que no es un dato que nos haya llamado demasiado la atención, ya que venimos observando que el diario *La Nación* en su versión digital año tras año está poniendo su esfuerzo en la realización de contenidos propios para la web que ameritan estos recursos.

En segundo lugar, a través del análisis discursivo se pudo afirmar que surgen en gran medida ciertos elementos que hacen al discurso referido tales como las citas directas, las indirectas e las indirectas de frase enfatizada. Asimismo, se vislumbró un bajo uso de verbos que están generalmente incluidos en el relato del periodista como así también en las citas directas o indirectas. Por otra parte, se pudieron advertir indicios de modalización mediante la incorporación de los verbos auxiliares y adverbios, así también como complementos circunstanciales (construcciones adverbiales). Esto nos llevó a concluir que existe un intento bastante explícito de subjetividad por parte del emisor del discurso, es decir, por parte del periodista que escribió la nota.

Debemos destacar también que en algunas notas el autor se esmera por escribir relatos más humanizados, detallados y sumamente descriptivos a través del uso de

herramientas propias de la literatura, sin dejar de lado el dato duro que hace que el producto final sea un producto del periodismo y no de ficción. Probablemente estemos cerca de lo que se denomina Crónica Latinoamericana o Periodismo Narrativo.

Podemos asegurar que, si bien hay una clara demostración de subjetividad e incursión por parte del autor en algunas de las notas, los protagonistas y los testimonios que rodean a dichos protagonistas cumplen un rol importante en los relatos analizados. Por lo tanto, se puede inferir que a través del recurso del discurso referido se busca generar la impresión de que los protagonistas de los hechos hablan en primera persona al lector con una baja intromisión por parte del emisor del mensaje (el periodista).

Además, desde el punto de vista de la función ideativa que hace alusión a lo que ocurre en el mundo del hablante, se pudo obtener información sobre las creencias que el productor textual, en este caso el periodista, posee respecto del ciudadano. En cada caso analizado se pudo hallar una representación lo más fiel y acabada posible de los protagonistas de las historias mediante la incorporación del discurso referido y de la modalización del propio emisor del discurso que, como se dijo antes, busca humanizar el relato y llegar al lector desde la empatía.

En tercer lugar, cuanto al análisis que efectuamos de las distintas entrevistas a redactores, editores y cronistas podemos aseverar que la mayoría de estos profesionales consideran sumamente importante el uso del testimonio en la construcción de sus noticias, algunos de los términos que utilizaron para calificar al uso del testimonio son que oxigena el texto, que le da poder, fuerza, realismo, que humaniza el relato entre otras funciones.

También cabe destacar que la mayoría de los entrevistados en algún momento de la conversación nos mencionaron la necesidad de combinar este recurso con otras fuentes de información, es decir que consideran que no basta con el testimonio en primera persona, sino que se deben buscar distintas herramientas que complementen la noticia.

CONDICIONAMIENTOS ECONÓMICOS, POLÍTICOS Y SOCIALES A LA LABOR PERIODÍSTICA. UNA MIRADA DESDE LOS MEDIOS GRÁFICOS REGIONALES

Juárez, Fernanda

FCC- UNC / juarezfernanda@yahoo.com.ar

Oliva, Alexis

FCC - UNC / alexisoliva@gmail.com

Ortega, Noelia Argentina

FCC - UNC / noeliaargentina@gmail.com

Palabras claves: producción local de noticias; diarios y periódicos del interior; contexto de crisis; estrategias de supervivencia; limitaciones a la labor periodística

En este trabajo, que se enmarca en el proyecto de investigación “La crónica periodística en medios gráficos del interior de la provincia de Córdoba” y llevamos adelante desde 2018 con el apoyo de la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba, nos proponemos indagar sobre los condicionamientos económicos, políticos y sociales que afectan actualmente la producción y circulación local de información en diarios y periódicos regionales.

Para ello, consultamos a distintos actores que ejercen el periodismo en medios gráficos del interior de la provincia de Córdoba: Jorge Conalbi, director del Diario Sumario, de Alta Gracia, y Presidente de la Cooperativa Diarios y Periódicos Regionales Argentinos (DYPRA); Maximiliano Carranza, periodista del Diario Tribuna, de Río Tercero; y María Cecilia Castagno, coordinadora de Redacción del Diario La Voz de San Justo, de San Francisco.

En los últimos años, en un contexto marcado por la retracción de las economías regionales, asistimos en nuestro país al cierre sistemático de periódicos regionales. Según datos aportados por Jorge Conalbi, titular de DYPRA - entidad cooperativa creada para la defensa de los pequeños y medianos medios de comunicación gráficos y cooperativas periodísticas de Argentina- en la provincia de Córdoba, en los últimos tres años, cerraron

más de veinte medios gráficos de comunicación.

En una primera caracterización, y siguiendo el planteo de Conalbi, podríamos decir que los medios regionales son aquellos que se sostienen con recursos económicos provenientes de las propias comunidades en las que están insertos. De ahí que la caída en la rentabilidad de las pequeñas y medianas industrias regionales, así como la merma de los ingresos en el comercio local, inciden drásticamente en las posibilidades de supervivencia de estos medios de comunicación, ya que disminuyen considerablemente los anuncios publicitarios.

Otro factor clave que los entrevistados mencionaron en relación a los condicionamientos económicos es el acceso al principal insumo para la publicación de diarios, es decir, el papel prensa. En este sentido, María Cecilia Castagno, coordinadora de Redacción del Diario La Voz de San Justo, de San Francisco, señaló las dificultades que existen actualmente para la compra de este recurso, dado el encarecimiento que registra en los últimos años.

En relación con los costos del papel prensa, DYPRA desde mediados del año pasado, desarrolla diferentes acciones a nivel nacional para evitar la derogación de la Ley 26.736 sancionada en 2011 y mediante la cual se declaró de utilidad pública la producción de pasta de celulosa para papel de diarios. En un comunicado emitido por esta entidad, en septiembre de 2018, se sintetizan los principales beneficios de esta legislación para los pequeños medios del interior del país: “La Ley 26.736 equilibró la comercialización de papel con objetivos claros: Por un lado, que Papel Prensa S.A. le venda al mismo precio a todos sus clientes, sin importar la cantidad que estos adquieran, a partir de una tonelada. Y por el otro, evitar que los diarios Clarín y La Nación –accionistas mayoritarios en Papel Prensa S.A. se ‘autovendan’ el insumo a un precio diferenciado para obtener ventajas competitivas frente al resto de los medios gráficos. La norma, fija además, la obligatoriedad de mantener un estándar de calidad uniforme al que puedan acceder todos los medios gráficos del país.

Por último, y de suma importancia, resulta el rol del Estado como contralor, a través de una comisión específica, en un segmento donde el único productor de papel constituye un monopolio que debe ser regulado por el Estado, con el objeto de garantizar la pluralidad de voces”. (Dypra, 2018)

Por todo ello, los medios de comunicación regionales advierten sobre los peligros que acarrearía para el libre ejercicio del periodismo en el interior del país que el gobierno ceda a las presiones de los grandes medios de comunicación interesados en derogar esta legislación que, por el momento, constituye una salvaguarda ante el accionar de las empresas monopólicas y con posición dominante en el mercado de la información.

“Liberar el precio del papel abre las puertas a la posibilidad de asestar otro durísimo golpe a los medios gráficos regionales, que podrían terminar pagando más caro el principal insumo de la actividad. Se trata de golpes a las voces de las economías regionales, a las identidades de cientos de poblaciones del interior profundo de nuestra Argentina y constituye el cercenamiento al derecho a la información de estas comunidades”, afirman desde DYPRA (2018).

Ante esa situación, los pequeños medios del interior del país se ven obligados a definir nuevas estrategias que les permitan continuar con su actividad, como modificar el formato gráfico del diario - por ejemplo, pasar del formato sábana o un formato tabloide, como lo están evaluando en La Voz de San Justo; o como en el caso del diario Tribuna de Río Tercero, reducir la frecuencia de publicación impresa del diario -si bien hasta hace unos años salía dos veces por semana, actualmente lo hace sólo una vez, los días sábados; o reducir la tirada de ejemplares -el diario Tribuna actualmente publica tres mil ejemplares, mientras que anteriormente publicaba alrededor de 4500-.

Según la opinión de los periodistas consultados, estas estrategias se complementan con un incremento de la actividad periodística en Internet, aunque ese tipo de producción, hasta el momento, no garantiza los niveles de rentabilidad que registra la gráfica impresa y se encuentran en estudio -dentro de las áreas de comercialización- el diseño de nuevas estrategias que permitan generar recursos a través de las plataformas digitales.

Además de la suba de los costos y las demoras en la entrega del papel, los medios del interior provincial deben afrontar dificultades vinculadas con la impresión y distribución de los ejemplares. Tal es el caso del diario Tribuna de Río Tercero que a mediados de 2018 cerró su propia planta de impresión -funcionaba desde 1981 en instalaciones del diario- para tercerizar el servicio de impresión con una empresa de Córdoba capital. Esta decisión, basada en la necesidad de reducir gastos ante los incrementos de precios de insumos dolarizados -como chapas de impresión y tintas-, la suba de las tarifas y la presión fiscal que sufren los pequeños medios de comunicación, afecta seriamente el ejercicio del periodismo y la autonomía de los medios regionales.

Según el periodista Maximiliano Carranza, esta tercerización implica, entre otras cosas, una pérdida de independencia del medio local. Al no contar con medios propios para completar el proceso de producción, el diario queda sujeto a los costos y condiciones que se establecen externamente desde una firma que no tiene ningún compromiso con la economía regional ni de la ciudad donde se produce el diario ni responde a los intereses particulares del medio de comunicación.

Finalmente, los periodistas entrevistados indicaron que la distribución de la pauta oficial es otro de los elementos clave a tener en cuenta en el análisis de los condicionamientos que los medios regionales deben afrontar. Al respecto, el especialista Martín Becerra (2019) señala que una de las responsabilidades del Estado es, precisamente, proveer fuentes diversas y promover el pluralismo informativo en toda la comunidad y, por ello, “el apoyo público es fundamental si se concibe a la información local como ‘socialmente necesaria para el interés público (y no lo es si se entiende que es un mero asunto del ‘mercado’, que ciñe su actividad allí donde hay lucro)”. De acuerdo con el posicionamiento de los medios nucleados en DYPRRA, en la actualidad, el rol del Estado en nuestro país dista considerablemente de cumplir con esos estándares requeridos para garantizar el plural desarrollo de los medios de comunicación.

Los factores mencionados aquí se presentan como inicio de un relevamiento que profundizaremos en el desarrollo de nuestro proyecto de investigación. En tal sentido, esta ponencia constituye un primer acercamiento a la problemática de los medios de comunicación regionales y, particularmente, a la realidad de aquellos que se encuentran radicados en comunidades del interior de la provincia de Córdoba, con el fin de generar nuevas herramientas de análisis que nos permitan abordar la complejidad de los procesos de producción de la información en tiempos de crisis económica y transformaciones tecnológicas.

Bibliografía

BECERRA, M. (2019) “Crisis de medios y desertificación de noticias locales. Ensayo a partir de Littau”. Recuperado de: <https://martinbecerra.wordpress.com/2019/01/29/crisis-de-medios-y-desertificacion-de-noticias-locales-ensayo-a-partir-de-littau/>

DyPra - Diarios y periódicos regionales de Argentina (15 de noviembre de 2018) “Debe respetarse el acceso al papel prensa en igualdad de condiciones”. Recuperado de: <http://dypra.com.ar/noticia/82/debe-respetarse-el-acceso-al-papel-prensa-en-igualdad-de-condiciones>

TESTIMONIOS ACERCA DE CÓMO SE HACE PERIODISMO EN MEDIOS GRÁFICOS REGIONALES EN LA ACTUALIDAD

Rodríguez Castagno , Tatiana

FCC – UNC / tatianarc@eco.uncor.edu

Urenda, Gustavo

FCC – UNC /- gustavourenda@gmail.com

Fiorentino, Juan

FCC – UNC / juanfiorentino@hotmail.com

Palabras claves: práctica periodística; rutinas de producción; diarios y periódicos regionales; contexto de crisis; identidad local

Si bien podríamos acordar con Cecilia González (2016: 11) que los vaticinios apocalípticos que anuncian la muerte o la crisis terminal del oficio periodístico son exagerados, al mismo tiempo no podemos negar que el periodismo, en general, y la prensa gráfica, en particular, atraviesan un momento complejo.

Múltiples causas coadyuvan en el entramado de esta difícil coyuntura. Entre otras, podemos mencionar: el cierre de medios, despidos, horarios y tareas ampliadas, disminución en las tiradas y en las pautas publicitarias, aumentos de los insumos y las tarifas y el impacto de las tecnologías digitales.

Este contexto, cabe destacar, se vuelve aún más arduo para los medios regionales. Un dato - creemos - alcanza para ilustrar la situación: según la Cooperativa Diarios y Periódicos Regionales Argentinos (Dypra): de 2015 a 2018, cerraron alrededor de 20 periódicos en el interior cordobés.

Así, en este marco, nos preguntamos por el hacer periodístico de estos medios, ya que se pone en evidencia, también, que aún en momentos de crisis económica, algunos de ellos mantienen su vigencia. Consideramos, entonces, que conocer las estrategias editoriales y productivas puede ser valioso para facilitar la comprensión de los escenarios actuales del periodismo

gráfico regional.

Para comenzar a esbozar algunas respuestas, tomamos el testimonio de tres periodistas que fueron convocados por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC y por el equipo de investigación *La crónica periodística en medios gráficos del interior de la provincia de Córdoba (Secyt UNC)* para participar del Panel *Los desafíos de los medios gráficos regionales en contextos de crisis* en la II Bienal de Periodismo y Comunicación.

Para esta ponencia, de las exposiciones de Jorge Conalbi, director del diario Sumario, de Alta Gracia y Presidente de Dypra; Maximiliano Carranza, periodista del diario Tribuna, de Río Tercero; y María Cecilia Castagno, coordinadora de Redacción del diario La Voz de San Justo, de San Francisco, orientadas por tres grandes ejes (comunicacional, económico y político), nos centraremos en aquellas que aluden a las rutinas de producción y el impacto de las nuevas tecnologías en el quehacer periodístico.

Sobre la organización del trabajo y la calidad en el tratamiento de la información

Con respecto a cómo poner en marcha la maquinaria periodística, para Castagno las rutinas de producción son -a grandes rasgos- similares a las de los medios de mayor envergadura: se trata de encontrar hechos noticiosos de interés y fuentes para realizar entrevistas y la cobertura. Para ella, uno de los retos que afrontan actualmente algunos periódicos del interior es, en cambio, “el poder compartir una redacción entre el papel y la redacción digital”.

Según cuenta, en La Voz de San Justo, un diario de 104 años de trayectoria, son los mismos periodistas quienes escriben para las dos ediciones: “Todavía no se puede trabajar en una redacción para un medio digital y otra para el medio gráfico. Entonces estamos en eso, en trabajar para los mismos soportes, las mismas personas para dos soportes”.

Si bien acepta las dificultades que ello conlleva, Castagno valora la coexistencia de las dos ediciones: “Creo que Internet ha abierto incluso más el espectro de lectores que quizás los medios tradicionales, como el nuestro, no llegaba. Sobre todo lo que es jóvenes (...) No todos pueden comprar un diario papel, entonces me parece que está bien esto del cambio digital, está bien que existan y está bien que las redacciones tengan su versión también digital”.

Sobre las tareas habituales en los periódicos, Castagno menciona que hoy el periodista “hace todo”, “deben traer su publicidad, traer su nota, traer sus fotos, saber usar el teléfono... Hoy hasta hay capacitaciones de

periodistas para hacer periodismo por teléfono, para que el periodista haga su vivo, haga su entrevista”. Acerca de esta multiplicidad de actividades que los trabajadores de prensa deben realizar, Conalbi da un ejemplo de Sumario, el periódico que fundó en 1997 y dirige desde entonces: “Si hubiéramos podido decir, bueno... mirá Fulano: vos encárgate del caso Pavón, laburá nada más que en este caso, no subas noticias a la web, no vayas a ver lo que pasa en la Municipalidad, no pases a buscar el parte de la policía, dedícate a estudiar el caso, seguramente hubiéramos conseguido muchos más datos de los que juntamos a lo largo de estos ocho años, y eso tiene que ver con las condiciones que se tienen para trabajar”¹⁶⁹.

El nuevo ecosistema de “difusores de información”, donde las redes sociales y páginas web ocupan un lugar e inciden tanto en las estrategias comunicacionales como en las comerciales, fue otro de los tópicos abordados en el Panel¹⁷⁰. En este marco, la editora de La Voz de San Justo recalca la importancia de ofrecer un producto de calidad. “Pasa que a veces también tenemos que ofrecer otra cosa porque no podemos competir [con las redes sociales]. Cuando cubrimos un accidente o un policial, antes de que llegemos, quizás a través del *whatsapp*, algún vecino o alguien, antes de que llegue el fotógrafo del diario, nos pasó una foto del accidente. Entonces, bueno.. yo les tengo que contar algo que ese vecino no va a tener y por eso la profesionalización. El periodismo necesita una constante capacitación para poder aportar esa calidad, para poder aportar al medio de comunicación, que sea un medio de calidad”.

En relación a la producción de informaciones locales, Martín Becerra (2019) plantea: «Hoy hay más ‘información local’ que nunca en términos literales; pero la cuestión -lo que está gravemente amenazado- es la producción, edición y circulación profesional, institucionalizada en medios, de esa información», es decir que los medios del interior puedan continuar manteniendo rutinas de producción de la información acordes al ejercicio profesional del periodismo y con los recursos suficientes.

169 Según Conalbi, “en 2007, el semanario publicó una investigación periodística revelando que un vecino de Alta Gracia, Hugo Pavón, había sido detenido por la Dictadura Cívico Militar en 1976, y que más de 30 años después continuaba desaparecido, sin que nadie lo supiera ni reclamara por él. A esta publicación le siguieron varias más, y dieron pie a una investigación judicial. En febrero de 2019 fueron condenados policías que participaron de la detención ilegal de Pavón”

170 Castagno señala que algunos anunciantes están eligiendo publicitar sus productos en medios digitales gratuitos o vía Facebook: “Nosotros teníamos cuatro páginas de clasificados tamaño sábana hasta hace un año y medio, hoy tenemos solo dos”

Reforzar lo local como estrategia de supervivencia

Según Washington Uranga, «la única razón que tiene un lector para comprar un diario local es que le aporte las noticias de su propia cotidianeidad, porque a nivel de información, un diario nacional tiene mucho más peso. Entonces el plus que tiene un diario regional es aportar lo próximo» (Uranga en Miceli, 1999:196).

Sobre este punto, los tres periodistas también coinciden en que lo que mejor tienen para ofrecerle a sus lectores es la cobertura de los hechos locales.

Para Castagno, el medio debe “atender a la comunidad regional”. Y agrega: “Periodísticamente creo que ahí está la cuestión, en no desatender a nuestra sociedad en la que estamos inmersos, al lugar al cual pertenecemos, ese sentido de pertenencia... Más allá de que muchas ideas lleguen de afuera, y que parezca que lo que apuntan los medios grandes es lo importante (...) creo que hay que poner la mirada en las cosas que hablamos... por ahí chicas, pero que se hablan en nuestra comunidad o donde vivimos”. Por su parte, Conalbi señala: “A nosotros nos toca escribir de gente que nos encontramos, que nos cruzamos en la calle, en los supermercados, que vienen y en la cara nos piden explicación de por qué publicamos tal cosa, por qué elegimos tal otra... pero también eso puede pasar con un protagonista, o una fuente, incluso eso también ocurre con los lectores. Un diario regional tiene un escaso margen para publicar una barrabasada absoluta que todo el pueblo sabe que es mentira, porque los vecinos se conocen y entonces queda muy poco margen para decir ‘no, esto entonces yo no lo público’”. De lo anterior se desprende que el rol social que cumplen estos medios en sus localidades es, en gran medida, lo que permite su supervivencia. Como sostienen desde Dypra (2019: “Los diarios y periódicos regionales son la voz de nuestras comunidades y el espejo en el cual se ven las culturas, las tradiciones, las innovaciones y las riquezas de cada rincón del país. Este rol es irremplazable, más allá de la actualización de soportes y de tecnologías que estamos encarando”).

Bibliografía

BECERRA, M. (2019) “Crisis de medios y desertificación de noticias locales. Ensayo a partir de Littau”. Recuperado de: <https://martinbecerra.wordpress.com/2019/01/29/crisis-de-medios-y-desertificacion-de-noticias-locales-ensayo-a-partir-de-littau/>

DyPRA (2019) “Defendamos el trabajo y la comunicación en manos argentinas”. Recuperado de: <http://dypra.com.ar/noticia/88/defendamos-el-trabajo-y-la-comunicacion-en-manos-argentinas>

GONZALEZ, C. (2016) “Prólogo” en LACUNZA, S.,

Pensar el periodismo. La crisis de la profesión y los medios analizada desde las redacciones. Buenos Aires: Ediciones B.

MICELI, W. y otros (1999). *¿Qué es noticia en los diarios nacionales? Contextos de construcción y legitimación.* La Plata: Grupo de Investigación en Temas de Producción Periodística.

ORGANIZAR O NARRAR, ROLES EN UN NUEVO CONTEXTO

Hurtado, Agustín

UNRC

Palabras claves: periodismo; redes sociales; fuentes; rutinas; información.

El siguiente trabajo tiene como objetivo describir cual es el rol que interpretan tener los periodistas de la ciudad de Río Cuarto con respecto a la información que circula en las redes sociales en el actual contexto. El mismo se desprende del proyecto de investigación: “Mediatización y periodismo: procesos interaccionales en el espacio local”, llevado a cabo en la Universidad Nacional de Río Cuarto. Lo expuesto aquí surge de una serie de entrevistas realizadas sobre la base de un diseño de metodología cualitativa que se centra en la reconstrucción de trayectorias profesionales de los periodistas.

Alejandro Rost dice que las redes sociales «han generado un espacio de actuación en el que las personas se sienten con mayor comodidad para expresarse y para interactuar socialmente. Han plasmado un entorno de flujo comunicativo constante, que se solapa, transforma y desplaza a las páginas estáticas e invariables que dominaban en la primera Web». (Rost; 2012: 1). Este ir y venir de información, situó a los periodistas, otrora productores de noticias únicos, en el centro de un intercambio de información sin pausa, en la que la credibilidad, así como otras variables están en pleno debate.

Ese contexto general también llegó a Río Cuarto y su presencia empieza a mostrar algunas huellas. Las redes sociales se han ido incorporando de a poco a las rutinas

productivas de los periodistas riocuartense. Si bien aparecen como una fuente de consulta permanente, existen distintas miradas sobre su potencial y los periodistas alegan no tener un conocimiento desarrollado sobre cómo utilizarlas.

El rol que juega el periodista dentro de ese ámbito es uno de los temas que entra en debate. Tiene que ver con que puede hacer ante esa gran cantidad de datos y como debe utilizarlos.

De acuerdo a lo detectado en la entrevista se ha elaborado una tipología que permite clasificar, al menos de manera superficial, la información recabada sobre este punto. Se podría decir, que los periodistas riocuartenses se ven a sí mismos de dos maneras frente a la información que circula en las redes sociales. Por un lado estarían los *organizadores* y del otro los *narradores*.

Los nombres de los tipos surgen de los propios dichos de los periodistas entrevistados. Las variables que se ponen en juego en la tipología son: la tarea que realiza el periodista frente a la información, los conocimientos que tenga y la responsabilidad.

El *organizador* es aquel periodista debe ordenar la gran cantidad de información que hay en las redes. Según los entrevistados que sostienen esta idea, su labor es hacer las veces de una especie de filtro, capaz de chequear todos esos datos, procesarlos y presentarlos a su audiencia de una manera más inteligible.

Este supuesto se asienta sobre la base de que es el periodista el que tiene los conocimientos y las herramientas a la hora de trabajar con los datos. Principalmente esta postura marca que no se puede ignorar lo que allí sucede, pero sí que hay que procesarlo e interpretarlo a la hora de utilizarlo en los medios tradicionales.

Esta idea hace hincapié también en la responsabilidad que conlleva la tarea periodística, que sirve además como ítem diferenciador entre el periodista que produce una noticia y el «ciudadano de a pie» que publica información en su cuenta personal. Es decir, que el trabajador de un medio de comunicación, atendiendo a su rol es quien debe separar las noticias propiamente dichas, de aquellas informaciones falsas.

La diferencia con la persona que, por ejemplo, sube un vídeo de forma particular, es que esta no posee los conocimientos y, sobre todo, no tiene ninguna obligación de chequear la información. También se hace referencia a que no hay límites respecto de aquello que puede ser mostrado o no. En ese sentido, ponen el ejemplo de lo que sucede con las imágenes de accidentes o las fotografías de menores.

En el caso de aquellos que sostienen la idea de que el periodista es un *narrador* respecto de lo que sucede en

las redes sociales, su labor es menos preponderante. A diferencia de lo que sucede con el *organizador*, aquí el papel es más bien el de desarrollar las informaciones que surgen en ese ámbito.

Aquí, el periodista no es el organizador de los datos, ni tiene esa responsabilidad. Su rol pasa más por ser un relator de historias, un narrador. Es decir que, de entre todas las informaciones que se presentan en las redes, selecciona aquellas que puedan resultar interesantes y las desarrolla en profundidad en el medio de comunicación para el cual trabaja.

Los conocimientos del periodista que entran en juego, son distintos que en la postura anterior. Ya no se trata de poseer saberes que permiten detectar aquello que debe ser publicado, sino de tener la capacidad de hallar historias que puedan generar determinadas sensaciones en el público.

Más allá de las diferentes posturas sobre el uso de las redes sociales como fuentes de información, lo que siempre se distingue en lo recabado en las entrevistas a los periodistas riocuartenses es el cuidado con la fiabilidad y verosimilitud de la información que allí circula. Hay un sello particular sobre los datos, que se torna aun mayor cuando se describen a sí mismos como inexperimentados en el uso de las herramientas.

Además, señalan que la instantaneidad de las redes obliga a que el valor de una noticia se vaya transformando y a veces generan fallas en la tarea periodística, como el apuro a la hora de publicar, sin tener los datos del todo chequeados. Vuelven a poner como ejemplos aquí los casos de accidentes y fotografías de menores, que circulan rápidamente en las redes, siendo que en los medios tradicionales hay límites éticos y legales que lo impiden.

Si bien los periodistas alertan sobre la presencia de noticias falsas y de los riesgos que conlleva la implementación de las redes como fuente de información, sin tener los conocimientos necesarios para sacarles el mejor provecho y hacer un uso responsable, también admiten que a veces es difícil resistirse a su utilización. La inmediatez y la persecución de la primicia hacen que se dejen de lado los cuidados que hay que tener y la rigurosidad de la tarea periodística.

En síntesis, los periodistas riocuartenses entrevistados reconocen a las redes sociales como fuentes de información, aunque mantienen reservas sobre su utilización. Establecen diferentes posturas sobre el rol que debe asumir el periodista frente a la corriente continua de información que en ella circula y admiten cierto desconocimiento frente a estos nuevos ecosistemas de comunicación.

Bibliografía

--Rost, A. (2012). Modelos de uso y gestión de redes sociales en el periodismo. En https://www.academia.edu/2762807/Modelos_de_uso_y_gesti%C3%B3n_de_redes_sociales_en_el_periodismo.

CTRL + C, CTRL + V: PROCESO DE TRABAJO DE LOS PERIODISTAS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS DE CÓRDOBA

Iglesia Frezzini, Facundo Rafael

FCC - UNC / fr.iglesia@gmail.com

Furlani Cappelletti, Josefina

FCC - UNC / josefinafurlani@gmail.com

Luque, Paula Daniela

FCC - UNC / paucordova123@gmail.com

Palabras claves: periodismo; prensa; flexibilización laboral; convergencia tecnológica; polivalencia funcional,

Introducción y preguntas de investigación

Los medios de comunicación masivos a escala mundial han experimentado profundas transformaciones desde el comienzo de siglo, y Córdoba no es la excepción. Fenómenos como la acelerada revolución tecnológica y la irrupción de las redes sociales que facilitan el consumo de información se conjugan con la concentración mediática y la formación de monopolios, para pintar un panorama cargado de promesas e incertidumbre.

Esta investigación científica, exploratoria y cualitativa analiza las modalidades y características que adquiere el trabajo periodístico en Córdoba, en un contexto signado la crisis de los medios tradicionales y los fenómenos de flexibilización laboral.

Los objetivos generales utilizados fueron:

Contribuir a la historización de las dinámicas del trabajo periodístico en los medios de comunicación de Córdoba

Dilucidar las relaciones de trabajo en la prensa ante el avance de la flexibilización laboral y la convergencia

Los específicos fueron:

Caracterizar el proceso de trabajo del periodista asalariado en relación a los nuevos soportes disponibles

Reconocer nuevas tareas y funciones del periodista en los medios de comunicación con fines de lucro

Indagar las tensiones y limitaciones que presentan los marcos legales laborales ante estas nuevas tareas

Contextualización del estudio y aspectos teóricos-metodológicos de la investigación

La materia prima principal de este trabajo final fue el testimonio de diversos trabajadores de la prensa que se desempeñan en distintas plataformas y empresas, que narran en primera persona cómo ciertos cambios operaron en su trabajo cotidiano. Asimismo, la sistematización de material documental del sindicato de prensa de Córdoba, el Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación (CISPREN) constituye un elemento fundamental para poder dar cuenta de los nuevos perfiles laborales que se configuran, como así también la relación con el marco legal que los ampara.

El principal disparador y columna vertebral de esta investigación será el concepto de “proceso de trabajo” que se define como “una actividad orientada a un fin, el de la producción de valores de uso” (Marx, 2005, p. 223). Esta actividad, mediante la cual un sujeto transforma un objeto a mediante un instrumento, está compuesta por esos tres elementos: la fuerza de trabajo, el objeto de trabajo y el medio de trabajo (Marx, 2005, pp. 215- 217). Los tres elementos del proceso de trabajo le pertenecen al capitalista y, por lo tanto, todo el proceso se realiza para él y bajo su vigilancia (Marx, 2005, 224).

Siguiendo a Castells (1998), la fuerza de trabajo de la Era de la Información es autoprogramable, es decir, desarrollado por aquel trabajador con la facultad “de redefinir sus capacidades conforme va cambiando la tecnología y conforme cambia a un nuevo puesto de trabajo” (Castells, 1998, pp. 8-9). Por otro lado, el objeto de trabajo que manipula el periodista se trata de la información, que está globalizada y desterritorializada, ya que el advenimiento de nuevas tecnologías disponibles para su transporte “puso en evidencia que ya no hacía falta ningún desplazamiento físico para estar instantánea

y eficazmente en cualquier parte” (Acuña: 2006, p. 8). Por eso, se “reorganizó el espacio de manera técnica, artificial” y se “impuso otro tipo de concepción de poder” (Acuña, 2006, p. 8) que, siguiendo a Ramonet, consiste en “la acumulación de información que amputa la información” (2005, p. 14). Por último, los medios de trabajo en el periodismo actual son de los más variados, siendo el Smartphone (teléfono inteligente) uno de los más utilizados, junto a computadoras personales, grabadores digitales, cámaras fotográficas y de video, islas de edición, etc. Asimismo, el gran salto se dio con la revolución informática que supuso el desarrollo de Internet y su utilización a escala masiva.

Otros factores fundamentales que han contribuido a la mutación del trabajo de prensa desde los años 70 fueron “la crisis del paradigma fordista, las doctrinas del trabajo flexible y la poderosa corriente de la tecnología de la información” (Suárez, 2016, p. 140). Por otro lado, los medios masivos se tornaron agentes de formación de opinión, conformando un “capitalismo mediático” con el fin de controlar los flujos de la información y, de esa forma, consolidar su poder (Acuña et al, 2006, p. 7). Observando algunas estadísticas, vemos que en América Latina, las cuatro mayores empresas de medios son la Rede Globo (Brasil), Televisa (México), el grupo Cisneros (Venezuela) y el Grupo Clarín (Argentina) y sólo entre ellas “retienen el 60% de rentabilidad total de los mercados y de las audiencias” (Alaniz, 2015, p. 32). Las estadísticas en el mapa de medios cordobés son igual de preocupantes: las cifras indican que en el año 2013 el 80% de los medios de la provincia estaban en manos de empresas privadas, contra el 12% en control de asociaciones civiles y el 7% de medios públicos (Astudillo, 2013). Asimismo, se ve la reducción en la planta de trabajadores de muchos medios y, en algunos casos, la quiebra y desaparición de las empresas. Entre 2015 y 2016 se perdieron 2.500 puestos de trabajo en los medios de comunicación argentinos.¹⁷¹

Análisis y conclusiones

Las conclusiones extraídas de las entrevistas y la documentación fueron agrupadas en seis ejes:

Polivalencia funcional

Indistintamente del soporte en que se desempeñen, cada uno de los periodistas entrevistados dio cuenta de una tendencia a la adjudicación de cada vez más tareas a una misma persona, sin que aumente proporcionalmente su salario. La polivalencia implica no sólo que un oficio deba ser ejercido por una sola persona para diversos soportes

del medio, sino que significa a veces la adjudicación de varias tareas, convirtiendo a un solo individuo en una virtual “línea de montaje” que antes incluía más de un par de manos. Periodistas entrevistados aseguran que la calidad se ve afectada por esta polivalencia, a la vez que ciertos puestos de trabajo disminuyeron su especificidad o simplemente desaparecieron, mientras los empresarios de medios se amparan bajo el escudo de los despidos por “razones tecnológicas”.

Nuevos roles

Además de multiplicar las tareas que cada periodista debe realizar, la lógica empresarial -en combinación con los adelantos tecnológicos- ha generado una plétora de nuevas expresiones del proceso de trabajo, como el de los webmasters -administradores de sitios web- y community managers -administradores de redes sociales. La expansión de estos roles en los lugares de trabajo, sumado a la polivalencia funcional, ha llevado a la creación de “redacciones convergentes” donde conviven trabajadores de lo digital y lo analógico.

Distancia entre la línea de la empresa y los trabajadores

A menudo la opinión de los periodistas que trabajan en los medios no está completamente alineada con la línea editorial y empresarial de esos medios, que cuentan con herramientas de “management” para morigerar la disonancia, como la utilización de amenazas de despidos, los cambios de área y un sistema de premios y castigos. Algunos periodistas entrevistados afirman que la constante presión desgasta a algunos de sus compañeros, por lo que evitan los enfrentamientos con la línea editorial. Sin embargo, existen trabajadores que despliegan herramientas individuales para resistir la instalación de una línea editorial (negarse a publicar sobre ciertos temas o a cubrir algunas noticias o tratar algunas problemáticas de forma indirecta), como también hay formas de resistencia colectivas (quita de firmas, paros, asambleas de trabajadores, escritura de solicitudes de comisiones internas que salen luego en las publicaciones, elaboración de productos o herramientas de comunicación propias).

Aceleración de los tiempos

En un contexto de interconectividad global a gran velocidad y de superabundancia de información -que es el objeto de trabajo que el periodista opera-, la exigencia de instantaneidad para con los trabajadores de prensa genera una situación de trabajo basada en la presión y la sobreexigencia de los periodistas, quienes se ven obligados a producir una gran cantidad de noticias

171 Artículo digital: <https://www.pagina12.com.ar/42463-del-obelisco-al-ministerio-de-trabajo>

durante su jornada laboral. Examinando los sitios web de los principales diarios de información, Julia Cagé destaca la “importancia que adquieren las noticias de agencia en los contenidos en línea” (2006, p. 43). La aceleración de los tiempos implica que la información se procese de forma más acrítica, mientras que los temas a tratar se seleccionan teniendo en cuenta lo que envían las agencias de prensa, lo que es popular en redes sociales o lo que publican otros medios.

Modalidades de contratación

El Estatuto del Periodista Profesional, que regula la actividad laboral a nivel nacional, estipula dos categorías de contratación: los aspirantes -entendidos como aquellos que “se inician en las tareas periodísticas”- y los periodistas profesionales. Esta división inicial, contemplada en el Artículo 18, establece que para estar en la segunda clasificación es necesario haber ejercido la profesión durante 24 meses. Sin embargo, observamos que en pocas ocasiones se respeta este artículo y es práctica habitual la incorporación flexibilizada de trabajadores en calidad de monotributistas, pasantes, redactores especiales, beneficiarios de planes gubernamentales, etc.

Bibliografía consultada

- Acuña, C., Rosemberg, D., Ciancaglini, S., Lillo, Q., & Vales, L. (2006). *El fin del periodismo y otras buenas noticias*. Buenos Aires: Lavaca editora.
- Alaniz, M. (2015). *Medios informativos y gobiernos en la historia contemporánea de Sudamérica (2005-2015)*. Córdoba: Copy-Rápido.
- Astudillo, D. (2013, Septiembre). Una mirada sobre los medios de Córdoba. *Umbral: Crónica de La Utopía*, Central.
- Cagé, J. (2016). *Salvar los medios de comunicación: Capitalismo, financiación participativa y democracia*. Polinyá: Editorial Anagrama.
- Castells, M. (1998). *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*.
- Marx, K. (2005). *El Capital - Crítica de la Economía Política*. México D.F.: Siglo veintiuno editores.
- Ramonet, I. (2005). *La tiranía de la televisión. Connivencia entre los medios de comunicación y el poder*. Sabadel: Lliga dels Drets dels Pobles.
- Suárez, M. (comp). (2015). *Diez ironías sobre la libertad de expresión*. Buenos Aires: CTP Ediciones.

EL CASO “CECILIA PANDO CONTRA REVISTA BARCELONA”.

EL DERECHO A LA IMAGEN Y AL BUEN NOMBRE FRENTE A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN DE UNA PUBLICACIÓN SATÍRICA EN TORNO A UN ASUNTO DE INTERÉS PÚBLICO

Lomsacov, Iván

FCC – UNC / ivanlomsacov@gmail.com

Palabras claves: satírica política; caso judicial; libertad de expresión; derecho de imagen; Interés público

Este trabajo analiza los pormenores e implicancias de un caso judicial relacionado con la libertad de expresión que involucró a la revista satírica argentina Barcelona.

El análisis se realiza en relación con los límites internos y externos del Derecho a la Información y la Comunicación, considerando al caso como un conflicto entre derechos fundamentales, perspectiva que intenta superar la interpretación literal de las normas iusfundamentales para encarar una interpretación teleológica y sistemática, una determinación del contenido esencial del derecho fundamental.

Y se realiza como parte de una incipiente tesis de Doctorado en Comunicación Social sobre afectaciones a la libertad de expresión que estudia características, causas y consecuencias de casos que involucraron a revistas de humor satírico de Argentina y de España.

El trabajo se sustentará en aportes teóricos y jurisprudenciales de autores y jueces como Ricardo Sahab, Marcela Basterra, Gregorio Badeni, Marc Carillo, Juan José Ríos Estavillo, David Ortega Gutiérrez, Federico Ossola y otros, y de instituciones judiciales como la Cortes Suprema de la Nación Argentina y la Corte Interamericana de Derechos Humanos.

Estos son los hechos que se profundizarán y analizarán:

En octubre del año 2013, María Cecilia Pando –presidenta de la Asociación de Familiares y Amigos de los Presos Políticos de Argentina, una organización que reivindica a ex represores y genocidas– inició una demanda por

daños y perjuicios a la empresa Gente Grossa S.R.L., editora la revista Barcelona.

La demandante objetaba la contratapa de la edición 193 de ese periódico satírico, publicada en agosto de 2010, en la que un fotomontaje que combinaba su cara con un cuerpo femenino desnudo envuelto en una red, y un conjunto de frases que incluían el apócope de su nombre de pila y su apellido, parodiaban la portada de una revista erótica de tinte sadomasoquista. Pando consideraba que esa publicación afectaba su intimidad, buen nombre e imagen.

En mayo de 2016 una jueza de primera instancia condenó a la editorial a indemnizar monetariamente a Pando, afirmando que la publicación había afectado su dignidad, honor e imagen. Y en marzo de 2017 la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil ratificó ese fallo. Pero la demandada, cuya existencia como empresa editorial estaba amenazada por la posibilidad de tener que abonar la indemnización fijada, apeló el fallo ante la Corte Suprema.

En abril de 2018 la procuración fiscal ante la Corte Suprema de Justicia de la Nación presentó un dictamen previo favorable a la revista Barcelona en el que sostenía que la publicación cuestionada se encontraba amparada por el derecho a la libertad de expresión, al considerar que a través de su carácter satírico presentaba una opinión sobre un asunto de interés público, lo que no constituía una intromisión a la vida íntima de la demandante o un perjuicio a su imagen: la parodia había sido un recurso para satirizar sobre una protesta en la que Pando, junto a otras mujeres vinculadas con ex militares que estaban siendo o habían sido juzgados por delitos de lesa humanidad, se había encadenado a rejas de edificios castrenses. La Corte Suprema, que no está obligada a seguir ese dictamen previo, aún no se ha expedido.

UNA MIRADA CONTINENTAL DEL PERIODISMO DEPORTIVO: UN MAPA LATINOAMERICANO

López, Andrés

FPyCS - UNLP/ alopez@perio.unlp.edu.ar

Zambaglione, Daniel

FPyCS - UNLP/ drzamba@yahoo.com.ar

De Felippis, Leandro

FPyCS - UNLP/ leandro@perio.unlp.edu.ar

Palabras clave: deporte; comunicación; América Latina; agendas; diarios; Internet

Pensar el deporte desde la comunicación nos lleva rápidamente a pensar en el periodismo deportivo. Intentar pensar el deporte desde una mirada latinoamericana, nos lleva a pensar la forma que adopta el periodismo deportivo en nuestro continente. ¿Es lo mismo el periodismo deportivo de Argentina que el de Brasil, el de Perú, el de México, el de Venezuela? ¿Cuáles son las coincidencias? ¿Cuáles son las diferencias? ¿Cuáles son las características en cada caso? ¿Hay una forma latinoamericana de hacer periodismo deportivo o cada uno de nuestros países tiene la suya?

Esas y otras preguntas ayudaron a darle forma al proyecto de investigación “Comunicación y Deporte en América Latina. Buscando los secretos de la información deportiva en el continente”, dirigido por Andrés López en el ámbito de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.

El mismo apunta a identificar, describir y comparar la agenda informativa deportiva de los principales medios latinoamericanos, intentando determinar las características de la información deportiva en diferentes países del continente. Y este trabajo se propone dar cuenta de parte de este proceso, que se encuentra en pleno desarrollo.

El punto de partida

El proyecto surge de la evolución de una línea de investigación que a fines del siglo XX inauguraron

docentes e investigadores de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Fueron Walter Miceli y el GITEPP (Grupo de Investigación en Temas de Producción Periodística) los que iniciaron el camino al comenzar a preguntarse “¿Qué es noticia en los diarios nacionales?”, proceso que desembocó en la publicación del libro que se tituló con esa pregunta.

Desde ese punto de partida, los procesos de construcción y jerarquización de la noticia fueron un tema que atravesaron dos décadas de investigaciones en la FPyCS. Y a partir de 2009, la creación de la Tecnicatura Superior Universitaria en Periodismo Deportivo hizo que la mirada se posara con fuerza en la temática deportiva, hasta desarrollar un espacio específico de trabajo, el Programa de Investigación/Extensión en Comunicación y Deporte. Se trataba de un nuevo escenario (López 2012, Luppi 2010), en el contexto de un cambio en la percepción de las ciencias sociales en relación al deporte.

Es válido decir que en América “el deporte permaneció obturado hasta fechas muy recientes como una posibilidad de discurso letrado” (Alabarces 2000), pero no es menos cierto que en los últimos años esta tendencia ha comenzado a revertirse. Hace bastante que el deporte dejó de ser concebido como una mera competencia atlética, para convertir su sentido y materia en una disciplina con implicancias políticas, económicas, sociales y culturales de relevancia.

En ese contexto, surgieron los primeros de investigación y desarrollo acreditados que abordaron temáticas de Comunicación y Deporte en la FPyCS de la UNLP. Los dirigidos por Ricardo Petraglia y Patricia Viale consiguieron poner el foco en la información deportiva y comenzar a dar respuesta a dar respuesta a un área de vacancia que se hacía evidente (Branz 2011), aunque se ha producido un crecimiento exponencial en los últimos años (Branz, Garriga y Moreira, 2013). Y en el continente comienzan a aparecer valiosos aportes que dan cuenta del papel de los medios de comunicación en ese proceso, como los de Matheus Simoes Mello (Brasil), en Alejandro Morales Rodríguez (Perú) y en Alas Rivas, Ayala Rodríguez y López Osegueda (El Salvador).

En estos y en otros antecedentes, encontramos a autores que piensan la relación entre Comunicación y Deporte a través de los medios de comunicación. Y también encontramos una tendencia dominante, que nos muestra que casi todos ellos analizan esta problemática dentro de las fronteras de en su propia nación (con la única excepción en el trabajo de Simoes Mello). Faltaba una mirada que pusiera el foco en el diálogo entre los distintos saberes y la comparación de lo que ocurre en las agendas de cada uno de los países. Y éste es el objetivo de nuestro trabajo.

Hablemos de la metodología

En esta investigación, apuntamos a comparar la agenda de diferentes medios de comunicación del continente. Particularmente, apuntamos a un análisis comparado poniendo énfasis en dos fenómenos que han tenido un gran crecimiento en las últimas décadas: los diarios deportivos (en el caso de los países que cuentan con ellos) y sus ediciones en Internet. En cada uno de ellos apuntamos a relevar la información que ambos han publicado en un período determinado, tomando en cuenta la cantidad de textos publicados, su temática, contenido y género periodístico.

Para eso, inicialmente elaboramos un corpus con información publicada por los medios que tomaremos como casos de estudio: las ediciones digitales de Olé (Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina), Lance (Río de Janeiro, Brasil), El Gráfico (Santiago de Chile), El Tiempo (Bogotá, Colombia), El Diario de Hoy (San Salvador, El Salvador), Más (Tegucigalpa, Honduras), Récord (Ciudad de México), El Bocón (Lima, Perú), Líbero (Lima, Perú), El País (Montevideo, Uruguay) y Meridiano (Caracas, Venezuela).

Vale agregar que la selección de estos medios respondió a un criterio que diera cuenta de un muestreo representativo y que permitiera abarcar gran parte del continente. En el caso de los países que cuentan con diarios deportivos (Argentina, Brasil, Chile, Honduras, México, Perú, Venezuela), se privilegió este tipo de publicaciones por sobre otras.

En cada uno de los casos, se analizaron dos meses de publicaciones no consecutivos, seleccionados en función de la agenda deportiva internacional. En este caso, los dos meses elegidos fueron los de noviembre de 2018 y de abril de 2019. Se buscó elegir meses que no coincidieran con competencias internacionales de relevancia, aquellas que por su propio peso modifican las rutinas laborales y las agendas de los medios. Para eso, se relevó la información publicada en cada uno de los medios, tomando nota de la cantidad y variedad de publicaciones, para lo cual fue necesario elaborar una matriz de relevamiento que nos permitiera llevar adelante el proceso de recolección de información y su posterior análisis.

Desde el grupo de trabajo apuntamos a trabajar con la metodología cualitativa e interpretativo como enfoque predominante, teniendo en cuenta que entendemos que la comunicación como un proceso de producción de sentido. Sin embargo, creemos imprescindible utilizar herramientas de carácter cuantitativo, que nos serán de una enorme utilidad, y trabajar con una metodología mixta, que combine recursos cualitativos y cuantitativos (Jensen y Jankowski, 1993).

Para cada uno de los medios analizados apuntamos a

identificar sus secciones fijas, los espacios que aparecen ocasionalmente y los diferentes informes especiales que puedan publicar. A cada uno de estos espacios apuntamos a analizarlas desde sus contenidos, sus formas y su pertenencia a los distintos géneros periodísticos. Para hacerlo se utilizan herramientas de ambas metodologías.

Por eso, a partir del rastreo de información bibliográfica, audiovisual y de entrevistas en profundidad, se establecerá un análisis comparativo en relación a tópicos tales como cantidad de notas según deporte, cantidad de notas destinadas al área deportiva (en el caso de medios no exclusivamente deportivos), la preponderancia de ciertos géneros periodísticos por sobre otros y las particularidades regionales, que a priori parecen ser algunos de los objetivos más importante del análisis y que se encuentran en pleno proceso.

Primeras conclusiones

En trabajos anteriores, dábamos cuenta de las diferentes miradas de la prensa deportiva a lo largo de la historia (López, 2013) o de las diferencias regionales que podían descubrirse a raíz del estudio de los diarios argentinos (Viale, López y Anuassi 2016). Decíamos entonces que el horizonte era el de “integrar las diferentes miradas”, aun a sabiendas de que toda selección implica un recorte y que todo recorte implica cometer injusticias. Y en este caso tenemos la misma certeza, con la dificultad creciente que nos plantea un corpus de análisis mucho más complejo y sobre el que necesitamos construir categorías que nos permitan dar cuenta de su complejidad.

El material relevado, con 60 ediciones de 12 medios de 10 países diferentes, nos pone ante el desafío de terminar de sistematizar un corpus bien abundante. Pero también ante la certeza de que las notas periodísticas de los medios digitales deben ser solamente uno de los corpus y no el único material disponible.

Un material sobre el que debemos volver en breve tiene que ser la producción teórica sobre temas de Comunicación y Deporte, una producción en constante movimiento en los últimos años. Y en la que a partir de esta investigación tendremos que elaborar nuestros propios contenidos, donde la categoría del “regionalismo” tiene que estar presente a la hora de dar cuenta de algunas particularidades.

También habrá que darle lugar a la opinión de los propios actores, de los profesionales del periodismo encargados de producir la información deportiva de los diferentes países, cuya opinión estimamos muy importante para poder reconstruir la lógica de construcción de esta agenda deportiva que nos proponemos estudiar. Y que hoy nos encuentra poniendo manos a la obra.

Bibliografía

Alabarces, Pablo (2000). “Los estudios sobre deporte y sociedad: objetos, miradas, agendas”, en Peligro de gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina, Buenos Aires, Clacso.

Alas Rivas, R.; Ayala Rodríguez, M. y López Osegueda, D. (2012). “La cobertura del deporte en los medios de comunicación masiva en El Salvador”. Tesis de licenciatura. Universidad José Delgado, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador.

Branz, Juan; Garriga, José y Moreira, Verónica (2013). “El devenir de un mapa”, en Deporte y ciencias sociales: claves para pensar las sociedades contemporáneas, La Plata, Edelp.

Jensen, K. y Jankowski, N. (1993). Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas, Bosch, Barcelona.

López, Andrés (2012). “La enseñanza del Periodismo Deportivo en la Universidad. Trayectoria y desafíos”, ponencia presentada en el Congreso de Periodismo y Medios de Comunicación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. Disponible en la web: http://www.perio.unlp.edu.ar/congresos/sites/perio.unlp.edu.ar/congresos/files/mesa_5-

López, Andrés (2013). “Pasando Revista: El Gráfico, Mundo deportivo y Goles, tres maneras de narrar el deporte argentino”, ponencia presentada en el 10° Congreso Argentino y 5° Latinoamericano de Educación Física y Ciencias, La Plata.

Luppi, Gastón (2010). “Periodismo en primera: las publicaciones deportivas de los estudiantes de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP (1991-2008)”, tesis de grado, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

Marradi, A.; Archenti, N. y Piovani, J. (2010). Metodología de las Ciencias Sociales, CENGAGE Learning, Buenos Aires.

Miceli, Walter (1999). ¿Qué es noticia en los diarios nacionales? Contexto de generación y legitimación, Ediciones del GITEPP, La Plata.

Morales Rodríguez, Felipe Alejandro (2012). «La información deportiva incompleta y limitada de los diarios especializados Los casos de El Bocón, Líbero y Todo Sport». Tesis de licenciatura. Universidad de Lima, Perú.

Simoes Mello, Matheus (2015). “Hermanos y cercanos, pero no mucho: estudio comparativo entre os jornais Lance! E Olé durante a cobertura da Copa do Mundo de 2014”. Ponencia presentada en la Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Florianópolis, Brasil.

Viale, Patricia; López, Andrés; Anuassi, Gonzalo (2016). “El desafío de armar el mapa de la información deportiva”, en Anuario de Investigaciones Anuario de Investigaciones; vol. 11, no. 2, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.

AGUAFUERTES NO-PORTEÑAS COMPARADAS: LAS CRÓNICAS DEL DELTA Y CARIOCAS DE ROBERTO ARLT

Mangiante, Cristian Marcelo

FCG – UADER/ marcelomangiante@gmail.com.

Palabras claves: crónicas de viaje; comparatismo; reportaje; denuncialismo; renunciado; periodismo argentino siglo XX

Roberto Arlt se dedicó profesionalmente a la literatura --escribió novelas, cuentos y obras de teatro-- y al periodismo. Desde 2012 la obra de Arlt (1900-1942) dejó de estar protegida por derechos de autor. Es ante todo por este motivo que en los últimos diez años han abundado las reediciones de sus clásicos y las primeras ediciones de textos que nunca habían sido recogidos en libro. La principal cantera de inéditos de Arlt la ha constituido su producción periodística: si se conocía en formato libro una ínfima porción de las más de dos mil notas que bajo el rótulo de “aguafuertes” publicó entre 1928 y 1937 en el diario *El Mundo* de Buenos Aires, menos aún se conocían otros trabajos periodísticos. Entre 2009 y 2019 salieron a la luz sus notas de política internacional en *El paisaje en las nubes* (2009)¹⁷²; una antología de sus crónicas policiales en *El facineroso* (2013)¹⁷³; el extravagante informe periodístico que publicara a los 19 años: *Las ciencias ocultas en la ciudad de Buenos Aires* (2014)¹⁷⁴; nuevos tomos de aguafuertes porteñas --como *El vagabundo sentimental* (2018)¹⁷⁵-- y no-porteñas: a saber, aguafuertes cariocas¹⁷⁶, patagónicas¹⁷⁷, fluviales¹⁷⁸,

del Delta¹⁷⁹ y de España-Marruecos¹⁸⁰. En 2019 se editará *Arlt en Azul*, volumen que exhumará las notas enviadas por Arlt a *El Régimen*, matutino azuleño con el cual colaboró entre 1927 y 1929.

Roberto Arlt oscilaba: por momentos tenía una visión atomizada, inconexa de sus columnas; aludía al desafío de cada día de escribir las 800 palabras que le darían de comer: con esta forma de entender el periodismo se consustancia el prólogo de *Los lanzallamas*, donde Arlt se queja del acelerado trajín cotidiano en febriles redacciones que no dejan tiempo ni para el reposo ni para acometer empresas de más largo aliento. Pero también Arlt solía considerar sus aguafuertes como una obra total, como un ensamble en el que unos artículos complementaban a otros y donde el todo era (o debía ser) más que la suma de las partes. “Un año. 365 notas, o sea 156 metros de columna, lo que equivale a 255.000 palabras (...) si fueran 156 metros de casimir podría tener trajes para toda la vida (...) Si 255.000 fueran ladrillos yo podría hacerme construir un palacio tan vasto y suntuoso como el de Alvear”, escribió una vez en *El Mundo*. Arlt produjo, de hecho, notas sueltas, pero también compuso obras de mayor complejidad y extensión: informes periodísticos (el ya mencionado *Las ciencias ocultas...*), una parodia de relato de viaje (las aguafuertes patagónicas) y reportajes periodísticos: *El infierno santiaguense* (1937), *Hospitales de la miseria* (1933), *El problema hospitalario* (su continuación, 1939) y *Los problemas del Delta* (1941). Cada una de estas obras, más allá de los episodios que las componen, es una unidad y como tal debería ser considerada por la crítica, independientemente de que, en su momento, la publicación en el periódico pueda haber sido segmentada. Sin embargo, los estudiosos de la obra periodística de Arlt, en general, consideran a cada nota poco menos que como una obra en sí misma y soslayan los vínculos con otras anteriores y posteriores, como si Arlt hubiera escrito durante 20 años un suelto tras otro sin más meta que cubrir su cuota de ladrillos nunca soñando el palacio. Saïtta, por ejemplo, escribe sobre las aguafuertes patagónicas: “llevan la impronta de su carácter periodístico: carecen de unidad, dado que es el desplazamiento del yo que narra el que va dictando su estructura, y su organización reproduce el orden cronológico y geográfico del viaje” (Saïtta, en Arlt, 2008, 9-10). Y el 3 de setiembre de 2016, durante la presentación de *Aguafuertes del Delta*, Sasturain sostuvo que el volumen reunía una serie “de artículos” con el escenario del delta y sus habitantes como único elemento aglutinador¹⁸¹.

172 *El paisaje en las nubes. Notas en El Mundo 1937-1942*, FCE, Bs. As. (2009).

173 *El facineroso*, Nuevo Extremo, Bs. As. (2013).

174 *Las ciencias ocultas en la ciudad de Buenos Aires*, Interzona, Bs. As. (2014).

175 *El vagabundo sentimental*, Erizo Ed., Bs.As. (2018).

176 *Aguafuertes cariocas*, Adriana Hidalgo, Bs. As. (2013).

177 *En el país del viento*, Simurg, Buenos Aires (1997 [1ª.ed], 2008 [2ª.ed]) y *Aguafuertes patagónicas*, 800 Golpes, Bs. As. (2014).

178 *Aguafuertes fluviales de Paraná*, EDUNER, Paraná (2015), *Aguafuertes fluviales de Roberto Arlt. Crónicas y fotos de un viaje por el Río Paraná*, La Hendija, Paraná (otoño 2016) y ARLT, Roberto y WALSH, Rodolfo: *El país del río. Aguafuertes y crónicas*, EDUNER y Edic. de la UNL, Paraná y Santa Fe (2016).

179 *Los problemas del Delta y otras aguafuertes*, Embalse, Bs.As. (2007), *Aguafuertes deltianas*, Ed. En Danza, Bs. As. (mar. 2016) y *Aguafuertes del Delta*, Eudeba, Bs. As. (jul. 2016).

180 *Aguafuertes de viaje. España y África*, Librería Hernández, Bs. As. (2017).

181 Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=tHChNOT7Cs4>.

Las numerosas ediciones recientes de distintas series de aguafuertes no-porteñas hoy facilitan –lo que no pasaba una década atrás– establecer comparaciones entre los diversos textos resultantes de los periplos arltianos. El comparatismo entre dos series de escritos permite que surjan nuevas interpretaciones válidas para ambos conjuntos que serían imposibles a partir de lecturas referidas a un solo grupo. Además, tanto por las continuidades como por las discontinuidades que se establecen, las conclusiones a las que se arriba comparaciones mediante tienden a ser más válidas para la significación general de la obra del (de los) autor (autores) estudiado (estudiados). Nuestra ponencia es, en este punto, pionera. Contrasta las aguafuertes delicias con las cariocas. ¿Por qué estas dos series y no otras? Porque se trata de dos escrituras muy diferentes: si las notas del Delta configuran, amén de un reportaje periodístico clásico, ortodoxo, modelo del periodismo de denuncia, imbuido de sensibilidad social, derivado de una investigación profunda y comprometida, las notas brasileñas, muy lejos de eso, constituyen por momentos más un diario íntimo que el texto que se esperaría de un corresponsal en el extranjero, pues Arlt cuenta poco en relación a cómo es y qué pasa en Río de Janeiro y mucho de cuánto extraña Buenos Aires (Kohan, en la presentación del libro, afirmó que eran crónicas de viaje, pero no del viaje específico a Río, sino del viajar, a secas, del sentirse descolocado fuera del terruño propio)¹⁸². Entre la excursión a la capital de Brasil de aquel tiempo (1930) y la expedición por el delta del Paraná (1941) transcurre más de una década, a lo largo de la cual se suceden en y para Arlt muchos viajes; físicos e intelectuales, literales y literarios. Pero también: un solo viaje: la larga marcha que va del periodista que renuncia a narrar y se afana en exhibirse imperturbable al periodista que anhela hacer denuncias que se graben a fuego, que cuenta su perturbación y desea la de los demás.

Frente a la imagen estereotipada de un Arlt que salta de tema en tema con el ceño fruncido por la urgencia de redactar sus célebres aguafuertes porteñas, este trabajo aspira a rescatar y valorizar otras voces, otras apuestas, otros miedos, otros desafíos, otras elaboraciones menos conocidas y comprendidas hasta ahora, pero que también formaron parte del decir del Arlt reportero.

JUICIOS AL TERRORISMO DE ESTADO: LAS DISPUTAS POR EL SENTIDO DE UNA EXPERIENCIA DE JUSTICIA

Oliva, Alexis

FCC-UNC / alexisoliva@gmail.com

Palabras claves: lesa humanidad; dictadura; juicios; periodismo; medios; dos demonios

La crónica periodística de los juicios de lesa humanidad plantea diversos problemas relativos a su magnitud como “hecho noticiable” y las múltiples dimensiones de lo social que se entrecruzan en su contenido. Un primer problema está relacionado con la cobertura misma: la dimensión y complejidad de las causas de lesa humanidad dificultan abordarlas desde la fragmentariedad intrínseca del discurso periodístico, cuyo producto principal son las noticias elaboradas con la lógica de la pirámide invertida. Más allá de que las noticias siguen siendo los textos periodísticos más publicados, la comprensión de los juicios de lesa humanidad impone el uso –por lo menos complementario– de otros géneros periodísticos, como la crónica, la columna de opinión, el artículo interpretativo y el informe de investigación.

Por otra parte, la relación del periodista con la información y sus fuentes se complejiza. Por lo general, la representación periodística de la realidad funciona así: en el nivel 0 están los hechos, en el nivel 1 las fuentes y en el nivel 2 el comunicador (aunque a veces está en el nivel 1, porque puede presenciar un acontecimiento mientras ocurre). En la mayoría de los casos la información sobre el hecho llega mediada por las fuentes. En los procesos judiciales, se añade otro nivel a esta mediación, el del juicio mismo: 0) los hechos que se juzgan; 1) las fuentes (testigos y documentos); 2) la instancia del juicio y sus actores; 3) el periodista.

A su vez, el “hecho periodístico” se desdobra en dos planos igualmente importantes: el conjunto de los hechos que se juzgan (en el caso de los juicios de lesa humanidad, crímenes y delitos cometidos hace más de 40 años) y los acontecimientos propios del proceso judicial y sus repercusiones (que ocurren en el presente). Combinar el relato de estos dos planos con rigor y claridad, aprovechando la riqueza que implica esa multiplicidad

182 Ver en: <http://www.laizquierdadiario.com/ideasdeizquierda/aguafuertes-de-un-porteno/> (texto) y en: <https://www.youtube.com/watch?v=B4W1mZoUxzg> (video).

de fuentes, es uno de los desafíos prácticos que enfrenta el periodista.

Algo más que una sala de prensa

En los principales juicios de lesa humanidad realizados en Córdoba, el Tribunal Oral Federal N° 1 (TOF N° 1) habilitó una sala de prensa, con escritorios para instalar computadoras portátiles, conexión wi-fi a internet y un televisor al que se transmitía por circuito cerrado lo que sucedía en el recinto de la audiencia oral. Si había asientos disponibles, los periodistas también podían acceder a ese recinto, con autorización para tomar notas pero no grabar. Cada día, antes del inicio del debate, se habilitaba el ingreso de fotógrafos y camarógrafos para registrar imágenes dentro de la sala de audiencias.

Durante la fase testimonial estaba prohibido fotografiar o grabar a los testigos mientras declaraban “en orden a garantizar su seguridad e integridad personal”¹⁸³, pero se los podía entrevistar al finalizar su testimonio. Por lo general, estas entrevistas se gestionaban a través del Equipo de Acompañamiento Psicológico, como una forma más de preservar los derechos de los testigos en esa instancia crucial.

Como resultado de estas medidas y recaudos, se facilitaba el acceso, la elaboración y la publicación de la información relevante generada en cada jornada de audiencia.

La sala de prensa no sólo optimizó la cobertura. Además, permitió generar un ámbito colectivo de intercambio de experiencias, reflexión y debate. Desde 2008 y a lo largo de once juicios, tres veces por semana y durante extensas jornadas de trabajo, periodistas de medios empresariales, públicos, especializados, alternativos, comunitarios y propios de organismos de derechos humanos y espacios para la memoria convivieron en ese espacio, donde se pudo recrear algo que –al menos en los medios empresariales que imitan la organización de los *call centers*– está en vías de extinción: una redacción. Así, la sala de prensa funcionó como aquel ámbito de trabajo donde se debatían cuestiones ideológicas, éticas, estéticas y humanas que atraviesan al periodismo.

Una crónica del sitio *La Tinta*, basada en el testimonio de siete trabajadoras y trabajadores de prensa que cubren los juicios de lesa humanidad, relata: “En el grupo de periodistas son más mujeres que hombres. Entre la más grande y la más joven hay más de treinta años de diferencia. Algunos son contratados, otros son freelance. Algunos publicaron sus notas en medios tradicionales y otros en medios alternativos. Durante la Megacausa algunos fueron padres, otros se separaron de sus parejas,

¹⁸³ Acuerdo de debate 13/2012 del Tribunal Oral Federal N° 1 de Córdoba.

otros se mudaron de hogar, se enfermaron, se levantaron y decidieron continuar. Lloraron, se espantaron, todos pasaron noches desvelados. A algunos, sus familiares no los entendieron. Otros fueron despedidos, o recibieron censuras. A algunos les marcó el rumbo en su profesión, a otros los profundizó como surcos en la tierra”¹⁸⁴.

En ese ámbito, los entrevistados convivieron “entre acuerdos y diferencias, con realidades particulares y diversas posturas ideológicas, pero con el objetivo común de comunicar responsablemente, generando alternativas al discurso de los medios hegemónicos” y plantearon “ese desafío para las nuevas generaciones de periodistas que deberán reivindicar la continuidad de los juicios”.

Esa experiencia colectiva permitió a los trabajadores de prensa acreditados en los juicios organizarse cuando sus derechos se vieron amenazados en distintas circunstancias. Además, desde la sala de prensa se gestaron pronunciamientos políticos, como la convocatoria abierta a periodistas e intelectuales en repudio al fallo de la Corte Suprema de Justicia que en mayo de 2017 otorgó el beneficio del 2x1 a condenados por crímenes de lesa humanidad, iniciativa que reunió casi 600 firmas¹⁸⁵.

En paralelo, un documento firmado por una veintena de periodistas acreditados en la Megacausa La Perla, tras enumerar varios argumentos, concluía: “Hemos dedicado nuestro trabajo a la finalidad de que el pueblo argentino pueda saber y entender lo que pasó, para que Nunca Más vuelva a ocurrir. Por eso, decimos: NO al beneficio del 2x1 a los condenados por crímenes de lesa humanidad. NO a la reconciliación sobre la base de la impunidad. Memoria, Verdad y Justicia”¹⁸⁶.

Ese documento expresaba acuerdos que los trabajadores de prensa fueron construyendo en la experiencia del trabajo compartido: la caracterización de “dictadura cívico-militar-eclesiástica”; la maduración de certezas

¹⁸⁴ Bagliardelli, M., Barreto, C., Higa, S., Jalil, S., Klocker, G. y Mattos, M. (7 de noviembre de 2017). Contar el terror: periodistas cubriendo juicios de lesa humanidad, *El Cactus* (FCC-UNC) y *La Tinta* <https://latinta.com.ar/2017/11/contar-el-terror-periodistas-cubriendo-juicios-lesa-humanidad/> Consultado el 26 de junio de 2019.

¹⁸⁵ Masiva recolección de firmas en Córdoba contra el 2x1: “Ningún genocida libre” (10 de mayo de 2017). *La Nueva Mañana* <https://lmdiarario.com.ar/noticia/13752/masiva-recoleccion-de-firmas-en-cordoba-contra-el-2x1-ningun-genocida-libre> Consultado el 26 de junio de 2019.

¹⁸⁶ El documento se tituló *Desde la sala de prensa de los juicios de lesa humanidad en Córdoba* y lo firmaron Ana Mariani, Marta Platía, Alexis Oliva, Katy García, Aldo Blanco, Orlando Ocampo, Agustina Parisí, Jorge Vasalo, María Laura Villa, Mechi Ferreyra, Mónica Ambort, Delia Galará, Alejandro Mareco, Nicolás Castiglioni, Waldo Cebrero, Gustavo Vaca Narvaja, Lucía Galará, Emiliano Peña Chiappero y María Teresa Macello. 10 de mayo de 2017.

y argumentos contra el negacionismo y la teoría de los “dos demonios”; el respeto y la valoración de los testigos-sobrevivientes, familiares de las víctimas y militantes de derechos humanos como protagonistas de la lucha por memoria, verdad y justicia; la certeza de que los juicios al terrorismo de Estado son “un requisito indispensable para la construcción de una verdadera democracia”, y sobre todo la sensación de vivir un acontecimiento histórico, que por más público y convocante que fuera estaba siendo presenciado por un número acotado de personas, y por lo tanto era necesario esforzarse por comunicarlo al resto de la sociedad.

Desafíos políticos y éticos

El trabajo periodístico en los juicios de lesa humanidad es una experiencia signada por dilemas y desafíos, políticos y éticos, que son medulares al oficio de informar: (A los efectos de este resumen sólo se los enumera. En el texto principal cada título está desarrollado y contiene citas de los autores y documentos mencionados en la bibliografía)

- El apego a la verdad y el rigor
- Refutar el negacionismo y los “dos demonios”
- Desterrar el mito del objetivismo
- Historizar y contextualizar el terrorismo de Estado
- Asumir la dimensión “cívica” y la complicidad de los medios
- Respetar las identidades políticas de las víctimas
- Incluir la dimensión de géneros
- Resistir el “amarillismo” y la “monstruosidad”
- Advertir la herencia dictatorial y los riesgos del presente
- Valorar la memoria y la justicia como bases de un país más justo

Estos desafíos están vigentes desde el inicio de los juicios de lesa humanidad en la década del ‘80, en su continuidad condicionada por las leyes de impunidad con los juicios por la Verdad Histórica en los ‘90 y desde su reinicio a partir de 2005. Hoy, en un escenario de retroceso en materia de derechos humanos en general y reversión de las políticas de memoria, verdad y justicia en particular, se convierten en imperativos para un ejercicio del periodismo que contribuya a la democracia.

Al interior de la profesión, estas cuestiones –algunas generales, otras propias de los juicios de lesa humanidad– podrían estimular una reflexión epistemológica, ética y política que el periodismo actual necesita.

Bibliografía

Libros

- Blaustein E. y Zubieta M. (1998). *Decíamos ayer – La prensa argentina bajo el Proceso*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.
- Camaño, J. C. y Bayer, O. (1998). *Los periodistas desaparecidos – Las voces que necesitaba silenciar la dictadura*. Buenos Aires: Editorial Norma y Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires.
- Feierstein, D. (2018). *Los dos demonios (recargados)*. Buenos Aires: Editorial Marea.
- Fernández Pedemonte, D (2001). *La violencia del relato – Discurso periodístico y casos policiales*, La Buenos Aires: Crujía Ediciones.
- Verbitsky, H. y Bohoslavsky J. P. (ed.) (2013). *Cuentas pendientes: Los cómplices económicos de la dictadura*. Siglo XXI. Buenos Aires.
- Vinyes, R. (ed.) (2009). *El Estado y la memoria – Gobiernos y ciudadanos frente a los traumas de la historia*. Barcelona: Del Nuevo Extremo.

Artículos

- Bagliardelli, M., Barreto, C., Higa, S., Jalil, S., Klocker, G. y Mattos, M. (7 de noviembre de 2017). Contar el terror: periodistas cubriendo juicios de lesa humanidad, El Cactus (FCC-UNC) y La Tinta <https://latinta.com.ar/2017/11/contar-el-terror-periodistas-cubriendo-juicios-lesa-humanidad/> Consultado el 26 de junio de 2019.
- Benedetti, M (1986). Maniobras y mecanismos de desinformación. *Alternativa Latinoamericana* (Nº 4). Mendoza y Córdoba.
- Feierstein, F. (7 de junio de 2017). Los dos demonios ya no son lo que eran. *Página 12*. <https://www.pagina12.com.ar/42587-los-dos-demonios-no-son-los-que-eran> Consultado el 26 de junio de 2019.
- Mohaded, M. (diciembre de 2010). Arte y política. Siluetas que interpelan, *Umbrales – Crónicas de la utopía*, Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación (Cispren), Córdoba.
- Oliva, A. (12 de agosto de 2010). *Baltasar Garzón respaldó los juicios a los represores*, Prensared y www.rebellion.org <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=111181> Consultado el 26 de junio de 2019.
- Oliva, A. (agosto de 2016). *Delitos sexuales: como trofeos de guerra*. En *Un halo de luz y justicia sobre la dictadura*

cívico-militar – Crónica del juicio al terrorismo de Estado en Córdoba. Archivo Provincial de la Memoria, espacios para la memoria de La Perla y Campo de la Ribera. <http://www.apm.gov.ar/em/delitos-sexuales-como-trofeos-de-guerra> Consultado el 20 de junio de 2019.

Romero, L. A. (29 de septiembre de 2015). El teatro de los juicios. *Los Andes*. <https://www.losandes.com.ar/article/el-teatro-de-los-juicios> *La voz del interior*. <https://www.lavoz.com.ar/opinion/el-teatro-de-los-juicios> Consultados el 27 de junio de 2019.

Salguero, C. M. (26 de septiembre de 2010). Crítica a la nueva teoría de los dos demonios. *Indymedia Argentina* <http://argentina.indymedia.org/news/2010/09/751472.php> Consultado el 18 de junio de 2019.

Tagle, S. (septiembre de 2010). La noche de los lápices no tuvo lugar. *El Avión Negro* (Nº 2), Córdoba.

Documentos

Comisión y Archivo provincial de la Memoria, espacios para la memoria y la promoción de los Derechos Humanos “La Perla” y “Campo de la Ribera”, Área de Legales e Investigación (ALIC) de la agrupación H.I.J.O.S regional Córdoba, Familiares de Desaparecidos y Detenidos por Razones Políticas de Córdoba (31 de marzo de 2016). *Memorial Virtual Presentes*. <http://www.apm.gov.ar/presentes/> Consultado el 14 de junio de 2019.

Defensoría del Público (s. f.) *Recomendaciones para el tratamiento de información sobre derechos humanos en los medios audiovisuales - Información sobre la dictadura cívico-militar, los juicios de delitos de lesa humanidad y su juzgamiento*. http://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2016/08/recomendaciones_para_el_tratamiento_de_informacion_sobre_derechos_humanos_en_los_medios_audiovisuales.pdf Consultado el 20 de junio de 2019.

Procuración General de la Nación. Unidad Fiscal de Coordinación y Seguimiento de las causas por violaciones a los Derechos Humanos cometidas durante el terrorismo de Estado (7 de octubre de 2011). *Consideraciones sobre el juzgamiento de los abusos sexuales cometidos en el marco del terrorismo de Estado*. <http://www.derechos.org/nizkor/arg/doc/abusos.html> Consultado el 26 de junio de 2019.

Tribunal Oral Federal Nº 1 de Córdoba (24 de octubre de 2016). *Fundamentos de la sentencia en el juicio “Menéndez III”. Capítulo I: Contexto general común a todas las causas, a) Plan sistemático y b) Delitos de lesa humanidad - imprescriptibilidad*, páginas 1288 a 1330. <https://www.cij.gov.ar/adj/pdfs/ADJ-0.964064001477324616.pdf> Consultado el 6 de junio de 2019.

REGLAS CRUZADAS, RELACIONES PELIGROSAS: EL PERIODISTA Y LA GENTE

Rusconi, Carlos

DCC - FCH - UNRC / crusconi@hum.unrc.edu.ar

Bosco, Marcela

DCC - FCH - UNRC / mbosco@hum.unrc.edu.ar

Palabras claves: periodistas; particulares; fuentes periodísticas; relaciones; reglas de acción

En esta ponencia procuramos avanzar en la comprensión de un aspecto del periodismo actual: la tendencia hacia una mayor participación de la audiencia en la producción de noticias. Primero, caracterizamos las relaciones que establecen los periodistas con los particulares como fuentes de información para luego avanzar en la elucidación de cómo en la definición y redefinición de esas relaciones se encuentran y reconfiguran las distintas reglas de acción de su trabajo profesional.

Nuestro diseño de investigación, a partir de lineamientos de las metodologías cualitativas, buscó la reconstrucción de trayectorias profesionales de los periodistas para acceder a las relaciones que fueron construyendo a lo largo de su vida profesional, a las prácticas de su trabajo y a las construcciones de sentido que emergen, se disuelven y consolidan en las mismas. Se funda en entrevistas en profundidad a 14 periodistas de los medios que tienen mayor participación en la construcción de la agenda informativa de la ciudad de Río Cuarto.

La noción de relaciones sociales que utilizamos adapta algunos conceptos desarrollados por Pierpaolo Donati (2006) como herramientas analíticas¹⁸⁷ adecuándolos a nuestros objetivos: consideramos entonces a las relaciones sociales a partir de la articulación de dos dimensiones: una estructural y otra simbólica. La dimensión estructural se refiere al vínculo mismo, resultado de la estabilización relativa de interacciones en el tiempo. Este vínculo produce algún tipo de interdependencia a partir de ciertos recursos de mediación o bienes relacionales que conectan a los actores: dispositivos técnicos, objetos, actores o bienes simbólicos. La dimensión simbólica especifica una referencia de uno a otro en un contexto

¹⁸⁷ lo que no implica que asumamos en términos globales su sociología relacional ni los principios del realismo crítico en los que se funda

de significados más o menos compartido (amigos, colegas, jefes). Estas dos dimensiones se entrelazan continuamente en la definición de las relaciones sociales. Las relaciones entre periodistas y la *gente corriente* como fuente, estructuralmente, son relaciones ocasionales que se actualizan esporádicamente, se caracterizan por vínculos muchos más débiles que los que los conectan con fuentes habituales como los políticos y funcionarios. Son diferentes los bienes relacionales como los dispositivos técnicos a los que se recurre, los espacios de encuentro, las personas que actúan o pueden actuar como intermediarios, etc. (una fuente habitual estará en el listado de contactos del celular y se coincidirá con ella frecuentemente en algunos lugares mientras que el contacto con particulares suele haber intermediarios, como secretarios, telefonistas, amigos de amigos, etc.)

A continuación, avanzamos en una tipología de las relaciones características de los periodistas con los particulares como fuentes. La tipología se organiza a partir del principal bien relacional que se pone en juego en la definición de estos vínculos: la fiabilidad.

En otro trabajo, señalamos que, en la relación de los periodistas con funcionarios, y políticos la *confianza* era un recurso de mediación recurrente en el establecimiento del vínculo se trata de una construcción entre dos en la cual funciona el supuesto de que ambos comparten el conocimiento de cuál es la *verdad* noticiable, esperable o posible de esa fuente (Rusconi, 2016). La *fiabilidad* funciona de manera diferente; se trata, sobre todo, de una evaluación de uno sobre el otro (del periodista sobre la fuente en este caso), requiere de una interpretación rápida a partir de elementos exteriores a la relación y, en muchos casos, de representaciones *predefinidas* (*prejuicios*) sobre estas fuentes. La fiabilidad es diversa de acuerdo a cuál es la *verdad* que se busca en las fuentes, o qué se asume que puede brindar esa fuente.

La modalización de la fiabilidad a partir de la lógica de un cuadrado semiótico (Greimas y Courtes, 1984) nos permitió definir cuatro posiciones: fiable, sospechosa, no sospechosa y no fiable, sobre las que se asientan cuatro tipos de relaciones de los periodistas con los particulares que definen al periodista como revelador, juez, detective o gestor.

El revelador está marcado por la *fiabilidad*. A la que se asocian características de integridad, seguridad, autenticidad. Se asume que la gente es depositaria de algo verdaderamente auténtico, no contaminado, que se expresa en las prácticas y sentimientos cotidianos y es opuesto a lo oculto y oscuro de los intereses espurios del poder. El periodista aparece con cierta responsabilidad respecto a la gente con quienes se vincula, sobre todo cuando se trata de temas sensibles su rol es fundamental en esto de transmitir lo que ese otro vive: situación de pobreza, de injusticia, de invisibilización. Más que el

poder oculto son las ocultas consecuencias del abuso del mismo.

El juez ocupa el término contrario a la fiabilidad; la *sospecha*. Para el Juez, la gente común no es diferente a los *poderosos* e igual que aquellos se acerca a los periodistas movidos por intereses particulares. Por ende, como cualquier fuente, puede ser inexacta, adulterada, fraudulenta... en definitiva, peligrosa. La verdad está siempre oculta y no hay nadie que sea *per se* depositario de la verdad ni ésta se reconstruye fácilmente.

El detective es la negación del juez, ocupa el lugar de la *no sospecha*; es decir, lo incierto, ambiguo, titubeante. Entre la gente común circulan verdades *sueeltas, libres*, que no afloran fácilmente pero tampoco pueden ocultarse totalmente. Es un mundo de claroscuros, no es transparente a la verdad como para el revelador, ni opaco como para el juez. Es un lugar donde el periodista puede ubicar pistas, indicios para reconstruir una información distinta o que *va más allá* de las fuentes oficiales.

El gestor se ubica en la negación de la fiabilidad en el lugar de lo *no fiable*, lo azaroso, indeterminado, lo supuesto. Ante esto, su rol no es revelarlo, ni juzgarlo, sino posibilitar que se exprese y *se revele* sólo. Se justifica en una idea jurídica de ciudadanía: todos son iguales y tienen los mismos derechos. El periodismo cobra su sentido como institución que garantiza la posibilidad de ejercer el derecho de libertad de expresión. Los medios son un escenario donde se expresa o se construye la verdad. La verdad pública depende de la participación en ese foro público y la tarea del periodista es la gestión de ese foro. Se asume como una suerte de garantía de equidad en la participación. Esta versión es la que adquiere más valoraciones negativas cuando define el trabajo de los otros, donde se cuestiona: Una versión cínica: porque se aleja totalmente del verdadero ejercicio del periodismo: es el periodismo de escritorio, que, a diferencia del periodismo en la calle, no es periodismo. (Ej. el periodismo ciudadano es una coartada para no hacer periodismo). Una versión hipócrita, pues el único motivo por el que se da voz a la gente es para que dramatice sus desgracias y *el morbo* atraiga audiencia y cuando ya no funciona se la desecha.

Para avanzar en la relación entre tipos de relaciones y prácticas profesional recurrimos a la propuesta de Cyril Lemieux (2001). El autor distingue diferentes conjuntos de reglas de acción, más o menos implícitas, que los periodistas siguen en distintas situaciones: una "gramática de distanciamiento" que define las relaciones con las fuentes ante el público, constituida por reglas estrictas de toma de distancia; otra "gramática natural" de las relaciones que se actualiza en privado y organiza vínculos de complicidad, connivencia, amistad y una tercera "gramática de realismo" que define límites en las pautas de trabajo: la falta de espacio para un artículo,

la falta de tiempo para consultar todas las fuentes requeridas, la falta de flexibilidad ante el compromiso con anunciantes, etc.

Siempre hay tensión entre los tres conjuntos de reglas y los periodistas deben pasar de una gramática a otra por lo que se generan contradicciones y conflictos. En término de las las relaciones que definimos antes estas gramáticas juegan y se cruzan de manera particular en cada una. Para el gestor las reglas de realismo adquieren gran importancia y es el único tipo que defiende y que puedan subordinar a las otras gramáticas. Para los otros tres son una suerte de mal necesario, la cuota de realidad que pone límites al ejercicio ideal de la profesión. El juez y el revelador destacarán la supremacía de las reglas de distanciamiento o de relacionamiento natural respectivamente. Es el detective quien se ubica en la posición menos estable, pues en las relaciones con los particulares como fuente su práctica está siempre en la tensión entre la gramática pública y la natural. Si bien este es el lugar más conflictivo es también el más prometedor para que la creciente tendencia de participación de la audiencia en la producción de noticias devenga en un nuevo periodismo comprometido confiable que ocupe un lugar autentico de mediación en el espacio público.

Bibliografía

Donati, P (2006) *Repensar la Sociedad*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias

Greimas, A y J. Courtes (1984) *Semiótica. Diccionario razonado de las ciencias del lenguaje*. Madrid: Gredos.

Lemieux, C. (2001) *Mauvaise presse: Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*. Paris: Métailié

Rusconi, C (2016) *Sobre las relaciones entre políticos y periodistas: la mediación de la confianza*”. En *¿Qué investigamos en la facultad de Ciencias Humanas?* Río Cuarto: Editorial UniRío. 2016. p75 - 88



EJE N°17



Comunicación y Política

LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS POR LOS TRATADOS BILATERALES DE INVERSIÓN EN LAS LIMITACIONES DETERMINADAS POR LA LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Alamino, Guillermo

LCC – UNSJ / guillermoalamino34@gmail.com

Palabras claves: política; Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual; regulación de medios; soberanía; democracia

Los Tratados Bilaterales de Inversión (en adelante TBI) son acuerdos internacionales que fueron firmados en su mayoría durante la presidencia de Carlos Menem en los años 90. Estos convenios se realizaron en el marco del auge del neoliberalismo, cuyos principios son las privatizaciones de empresas públicas, desregulación de la economía y el libre mercado, lo cual facilitó la entrada de inversiones extranjeras. El modelo de la mayoría de los TBIs estuvieron redactados por potencias globales como el Reino Unido, Francia, Estados Unidos, Alemania y Suiza, principales interesados en expandir sus capitales en el resto del mundo (Crivelli Agustín, 2011, P.13). La finalidad de esos acuerdos es proteger a las inversiones foráneas radicadas en Argentina, para garantizar estabilidad y seguridad jurídica a las compañías. Trato nacional, trato justo y equitativo, prorroga de jurisdicción, nación más favorecidas son algunos de los ejes de los TBIs (Crivelli Agustín, 2001, P.13-17).

Cuando Estados Unidos y el Reino Unido abandonan la UNESCO, luego de los debates entorno al Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación, esas potencias deciden apostar a las relaciones bilaterales para garantizar el ingreso de sus capitales en otros Estados (Bolaños Cesar, Mastrini Guillermo, Sierra Francisco, s.f, p. 22). Además, los convenios bilaterales sirvieron para eludir la “excepción cultural” establecida en el “Acuerdo General sobre Comercio de Servicios” de la Organización Mundial del Comercio, donde excluye a los bienes culturales de las normas de liberalización (Gómez Gustavo, 2005, p.16).

En Argentina, la reforma constitucional de 1994 otorgó una jerarquía superior a los contratos internacionales respecto a leyes comunes y, de esta forma, los TBIs adquirieron un mayor peso frente a cualquier normativa nacional. Por ende, las legislaciones se encuentran subordinada a los tratados bilaterales y deben ajustarse a lo establecido. Otra disposición importante de los TBIs es la prórroga de jurisdicción, que somete cualquier litigio entre el Estado argentino y las empresas multinacionales a tribunales extranjeros como el CIADI.

En este sentido, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que fue sancionada en 2009 establece un marco de regulación, cuyos objetivos principales son la desconcentración, universalización y democratización, y el respeto y difusión de la identidad cultural del país.

Por eso, el artículo 29 hace hincapié en el país de origen de los medios de comunicación para asegurar un mayor predominio del capital nacional. De esta manera, el artículo 29 expresa: “la participación de capital extranjero hasta un máximo del treinta por ciento (30%) del capital accionario y que otorgue derecho a voto hasta por el mismo porcentaje del treinta por ciento (30%) siempre que este porcentaje no signifique poseer directa o indirectamente el control de la voluntad societaria”. No obstante, esta disposición es inaplicable en aquellas inversiones extranjeras pertenecientes a países con algunos Estados con los cuales Argentina firmó algún Tratado Bilateral de Inversión. De hecho, en el artículo 25 y la reglamentación de la normativa se reconocen la prevalencia de los tratados internacionales. Cabe destacar que las políticas públicas implementadas por el Estado en los últimos años no han promovido la discusión sobre los Tratados Bilaterales de Inversión, que condicionan los objetivos de desmonopolización y democratización de las comunicaciones formuladas en el seno de la Coalición para una Radiodifusión Democrática¹⁸⁸. Esta organización estuvo integrada por universidades nacionales, sindicatos, pueblos originarios, pymes, medios comunitarios y movimientos sociales, que redactaron los 21 puntos básicos en los que se basa la LSCA. Es necesario tener en cuenta la vigencia de esos convenios en los debates referidos a cualquier ley que tenga que ver con las comunicaciones.

Por eso, el siguiente trabajo describirá como los TBIs imponen condiciones a las disposiciones establecidas por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual entorno a la propiedad de capitales extranjeros en medios de comunicación. En este sentido, se entenderá a la comunicación como un derecho humano tal como lo establece la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el Pacto de San José de Costa Rica. Esto

¹⁸⁸ En la actualidad se llama Coalición por una Comunicación Democrática y en sus inicios su nombre era Colación para una Radiodifusión Democrática.

permitirá saber la importancia de desmontar o renegociar esos pactos internacionales que aplican restricciones legales y económicas al país.

Aspectos metodológicos

En este sentido, se analizó la incidencia de los Tratados Bilaterales de Inversión en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que promueven los principios de democratización y desmonopolización. Se indagará como los TBIs afectan la aplicación del artículo 29 de la LSCA que expresa “cuando el prestador del servicio fuera una sociedad comercial deberá tener un capital social de origen nacional, permitiéndose la participación de capital extranjero hasta un máximo del treinta por ciento (30%) del capital accionario y que otorgue derecho a voto hasta por el mismo porcentaje del treinta por ciento (30%) siempre que este porcentaje no signifique poseer directa o indirectamente el control de la voluntad societaria”.

Los acuerdos internacionales adquirieron una jerarquía superior a las leyes comunes, luego de la reforma de 1994. De acuerdo al artículo 75 inciso 22 de la Constitución Nacional que expresa “aprobar o desechar tratados concluidos con las demás naciones y con las organizaciones internacionales y los concordatos con la Santa Sede. Los tratados y concordatos tienen jerarquía superior a las leyes”.

La investigación es cualitativa, a partir de un diseño descriptivo, y las técnicas de recolección de datos utilizadas son la recopilación bibliográfica y de documentación pública, y entrevista a informante clave. Los contenidos analizados fueron principalmente la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el documento “Acuerdos bilaterales de inversión y demandas ante Tribunales Internacionales: la experiencia argentina reciente” de la CEPAL y la Constitución Nacional. Se han utilizado algunas fuentes primarias como justamente la Constitución Nacional o la LSCA, y otras secundarias como el documento “INVERSIONES EXTRANJERAS ¿Instrumentos de impulso o freno al desarrollo? de Agustín Crivelli”.

Consideraciones finales

Las modificaciones a la Ley de Radiodifusión realizadas por el gobierno de Carlos Menem permitieron la desregulación y concentración de la propiedad de medios de comunicación. El Estado decide liberalizar el mercado y evitar su intervención, para impedir la formación de conglomerados mediáticos. De esta manera, se conforman grandes multimedios y entran capitales extranjeros como Telefónica, que adquiere Telefé, canal 9 y canales del interior. A esto se suma, la privatización de las telecomunicaciones, que pasan a estar operadas por

Telefónica y Telecom. En la década de 1990 se expandió el grupo Clarín y Telefónica, que al terminar esa década quedaron como los principales grupos mediáticos.

Los Tratados Bilaterales de Inversión fueron firmados durante la privatización de empresas públicas, con el objetivo de proteger a las inversionistas pertenecientes a compañías foráneas. Además, establece la prórroga de soberanía jurídica a tribunales internacionales como una garantía fundamental que tienen las trasnacionales para eludir la justicia nacional.

La reforma constitucional de 1994 otorgó una jerarquía superior a los tratados y convenios internacionales, según el artículo 75 inciso 22. Esto significa que las normativas nacionales tienen un menor rango de las internacionales.

A partir del año 2008 comienzan los foros de discusiones sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que nace de la iniciativa de la “Coalición para una Radiodifusión Democrática”, integrada por organizaciones de la sociedad civil. De esta manera, la LSCA nace como ejercicio de ciudadanía.

Por eso, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual significó un avance, ya que surge de un debate ciudadano y propuso la incorporación de nuevos actores al sistema de medios argentinos, como los pueblos originarios y los medios comunitarios. Representó la modificación de una normativa de la dictadura militar y colocó en la agenda pública la cuestión de los medios, por primera vez en muchos años. Además, contiene artículos que promueven la desmonopolización y la regulación del espectro radioeléctrico para garantizar la libertad de expresión.

Sin embargo, la no revisión de los Tratados Bilaterales de Inversión impide su aplicación total, ya que no puede regir al capital extranjero ya establecido en país. La normativa impide la retroactividad al respecto. Como consecuencia, obliga a desinvertir al capital nacional, pero no al foráneo. Esto se debe justamente a la vigencia de los TBIs.

Si el Estado promueve la desinversión de compañías extranjeras radicadas en el país corre el riesgo de someterse a los tribunales extranjeros del CIADI, lo cual implicaría pagar millones de dólares en caso de una sentencia desfavorable.

Es necesario hacer una auditoría de los acuerdos internacionales, con el objetivo de evitar cláusulas que restrinjan la soberanía nacional.

Bibliografía

Vilas Carlos (2005), “Conferencia del Dr. Carlos M. Vilas en la ceremonia que en homenaje a su trayectoria

académica e intelectual que organizó la Universidad Nacional de Lanús”, Universidad de Lanús, Argentina. Califano Bernadette (2016), “La relevancia del Estado en la elaboración de políticas públicas de comunicación”, *Revista Estado y Políticas Públicas*, 4 (6): 133-148.

Lorreti Damián, Lozano Luis, “El Rol del Estado como garante del derecho humano a la comunicación” (artículo), *Revista Derecho Público*, 29-55.

Mastrini Guillermo, “Paradigmas de políticas de comunicación”, Cátedra: Políticas y Planificación de Comunicación, Universidad de Buenos Aires.

Mastrini Guillermo, “Economía Política de la Comunicación e Industrias Culturales: apuntes sobre su vigencia actual”, *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 5, 139-148.

Bolaño Cesar, Mastrini Guillermo, Sierra Francisco, “Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana”, La Crujía Ediciones.

Monje Daniela, “Emergencia de las PNC y la PRC en los campos académicos y políticos”.

Stanley Leonardo (2004), “Acuerdos bilaterales de Inversión y Demandas ante Tribunales Internacionales: La experiencia argentina reciente”, CEPAL.

Crivelli Agustín (2011), “INVERSIONES EXTRANJERAS ¿Instrumentos de impulso o freno al desarrollo?”, Centro de Estudios Económicos y Monitoreo de las Políticas Públicas, Fundación Madres de Plaza de Mayo.

Constitución Nacional

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual
 MASTRINI, Guillermo (2009). “Mucho ruido y pocas leyes”, Argentina: La Crujía.
 GRAZIANO, Margarita. Guía Teórica 1ra Parte. Apuntes de cátedra, Universidad de Buenos Aires.

LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES POLÍTICAS EN LOS DISCURSOS DE CAMPAÑA ELECTORAL: ANÁLISIS DE LAS ELECCIONES MUNICIPALES DE 2019 EN CÓRDOBA, ARGENTINA

Buonfiglio, Yair

FCC – UNC / yair.buonfiglio@unc.edu.ar

Maidana, Camila

FCC – UNC / camilamaidana97@gmail.com

Palabras claves: discurso político, sociosemiótica, Hacemos por Córdoba, Unión Cívica Radical, elecciones

Este trabajo presenta algunos resultados de indagaciones que se enmarcan en los proyectos “Discursividades políticas y mediáticas contemporáneas: dominancias y resistencias” y “Discursos políticos y medios de comunicación: configuraciones contemporáneas”, ambos radicados en el Centro de Investigaciones en Periodismo y Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba.

Tales líneas de trabajo integran marcos conceptuales procedentes de la Sociosemiótica y la Teoría Política posfundamento para analizar el modo como las identidades políticas se construyen discursivamente en sociedades (hiper)mediatizadas como la nuestra. La apuesta consiste en abordar la contemporaneidad y, específicamente, el modo como se configuran las fronteras constitutivas de lo social, las hegemonías, tópicos, fetiches, tabúes, así como las posiciones relativas en la cartografía discursiva que se entrelazan con estados de la cultura pero, también, con disputas por la fijación del sentido.

En esta oportunidad, analizamos algunos fragmentos de la discursividad política cordobesa en ocasión de la campaña electoral del año 2019. Más específicamente, nos centraremos en los *spots* audiovisuales producidos por las agrupaciones Hacemos por Córdoba, Unión Cívica Radical, Frente de Izquierda y los Trabajadores y Movimiento de los Trabajadores Socialistas con motivo de la votación para elegir intendente de la ciudad de

Córdoba.

Sin perjuicio de ser esta una primera aproximación exploratoria, tal recorte encuentra dos argumentos importantes. El primero, se trata de agrupaciones políticas que presentan algunas particularidades: son, respectivamente, la expresión local del gobierno provincial, la continuación de la actual gestión municipal y dos agrupaciones que, autorreferenciadas en la “izquierda”, podrán trazar fronteras en procura de diferenciarse entre sí. El segundo es que, aunque se trata de una elección local, se ha realizado en la misma fecha que la votación para gobernador provincial, de tal modo que ha sido relevante también observar el modo como se plantearon similitudes, diferencias, rupturas y continuidades entre ambas instancias electorales.

Desde un punto de vista metodológico, consideramos que es en la enunciación donde se construyen dos figuras de sujeto clave, enunciador y enunciatario, y que el modo como aparecen configuradas en el discurso da cuenta de estrategias que ponen en juego tanto una “legitimidad de época” como una serie de valores y antivalores respecto de los cuales el candidato se posiciona, a la vez que construye adherentes, enemigos y potenciales votantes. En este sentido, resultan relevantes las categorías propuestas por Eliseo Verón a propósito de la “triple destinación” en el discurso político, así como el esquema actancial de Greimas y su productividad a la hora de analizar el modo como los sujetos se construyen en torno a competencias, acciones y posibilidades de transformación.

En cuanto a los resultados del análisis, algunos hallazgos que podemos mencionar son:

- La utilización, en todos los casos, de recursos propios de la comunicación digital y las nuevas tecnologías, tales como emojis, memes o referencias a diferentes aplicaciones móviles.
- En el caso de Hacemos por Córdoba, la iteración del *hacer* como promesa referenciada en la trayectoria tanto del candidato a gobernador como del aspirante a la intendencia; en el mismo sentido, la construcción de un enunciatario cuyo presente se configura positivamente como resultado de las transformaciones operadas por el gobierno provincial, situación que habría de intensificarse en el caso de construir un “equipo” de gobierno del mismo signo político entre provincia y municipio.
- La Unión Cívica Radical presenta *spots* donde el candidato aparece como un continuador de las obras de gobierno de la actual gestión municipal, aunque enfatiza el valor positivo en cuanto a la modalidad del hacer: planificación, orden, control.
- Los partidos de izquierda presentan una construcción del enunciador y del enunciatario particularmente similar.

Bibliografía

- Angenot, Marc (2010): *El discurso social*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Arditi, Benjamín (2009a): “Pertenencia y reencantamiento de la política en el escenario postliberal”. Santiago de Chile: CEPAL.
- Barros, Sebastián (2012): “Despejando la espesura. La distinción entre identificaciones populares y articulaciones políticas populistas”. En *Las brechas del pueblo. Reflexiones sobre identidades populares y populismo*. Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Bertrand, Denise (2000): *Précis de sémiotique littéraire*. Paris: Nathan.
- Buonfiglio, Yair (2016): “Los nombres del cambio. Apuntes para una cartografía del discurso político en la Argentina PRO”. En *Raigal*, N° 2. Universidad Nacional de Villa María. Disponible en <http://raigal.unvm.edu.ar/ojs/index.php/raigal/article/view/26>
- Charaudeau, Patrick (1995): “Un análisis semiolingüístico del discurso”. En *Langages* N° 117: *Les analyses du discours en France*. Paris: Larousse.
- Laclau, Ernesto (2015): *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Verón, Eliseo (1983): “La palabra adversativa”. En *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette.

ESCÁNDALOS DE DISCURSO PÚBLICO: TRUMP Y CORDERA FRENTE A LA DIGNIDAD DE LA MUJER

Cannata, Juan Pablo

UA / JCannata@austral.edu.ar

Palabras claves: escándalo; asuntos públicos; controversias; mujer; valores

1. Los escándalos en la teoría social y los estudios de comunicación

El estudio de escándalos mediáticos (*media scandals*) o escándalos políticos ha evolucionado en los últimos años desde un tema incipiente y disperso, hasta la consolidación de un campo de investigación consolidado. Los recientes *Routledge Companion to Media and Scandal* (Tumber &

Waisbord, 2019) y *Scandalogy: An Interdisciplinary Field* (Haller, Michael & Kraus, 2018), en conjunto con una mayor toma de conciencia de los procesos de escarnio público en redes sociales (Soto Ivars, 2017), indican la actualidad del tema y convocan a seguir profundizando. En este sentido, existe un consenso académico acerca de la existencia de una cultura del escándalo (Castells, 1998; Barkin, 1999; Thompson, 2000; Allern, Kantola, Pollack & Blach-Orsten, 2012; Von Sikorski, 2018). Según Allern & Von Sikorski (2018) el sistema social se ha convertido en una “*scandal machine*”.

Si consideramos que los escándalos son una respuesta social ante transgresiones de la moral establecida, los cambios normativos configuran un escenario más inestable y advierten sobre la existencia de nuevas zonas de riesgo o agendas sensibles emergentes (Cannata, Renzi & Fitz Herbert, 2016). Lógicamente, Kantola & Vesa (2013) consideran este incremento de escándalos como un nuevo riesgo para las élites y, también, un proceso de negociación de valores morales en el mediano plazo.

En la literatura académica conviven visiones optimistas y pesimistas. En primer lugar, se reconoce un enfoque funcionalista de inspiración durkheimiana que enfatiza la ratificación de valores y normas sociales a través del proceso de escándalo (Kepplinger, 2018; Brenton, 2012; Crosbie & Sass, 2017). Sin ser teóricamente durkheimiana, una visión deudora del ambiente de la George Washington University juzga el escándalo como una herramienta de la sociedad para controlar al poder y enfatiza la responsabilidad de los medios y los periodistas en utilizar oportunamente la “herramienta” de la “escandalización” (Waisbord, 2000; Waisbord & Tumber, 2004a y 2004b; Entman, 2012).

Por otro lado, en la evolución de los estudios sobre escándalos queda cada vez más claro que, como mecanismo social, generan consecuencias negativas y víctimas inocentes. Por ejemplo, porque activan grandes debates por pequeñas transgresiones, porque hay políticos que usan la escandalización como arma en la contienda electoral, producen polémicas artificiales funcionales a sus propios intereses, y muchas veces se ejecuta el mecanismo condenatorio ante acusaciones falsas o guiadas por sesgos y estereotipos (Girard, 1986:21-34, 2012; Ivereigh, 2007; Allern & Pollack, 2012; Allern & Von Sikorski, 2018). Estas consecuencias negativas ponen sobre la mesa la pregunta sobre el modo de prevenir y gestionar una defensa frente a agresiones injustificadas o desproporcionadas, y plantean un problema particular para los estudios de gestión de crisis y del funcionamiento del sistema judicial.

Cambiando de enfoque, en numerosos trabajos surgen propuestas sobre la taxonomía de los escándalos y sobre su composición interna. Weeber (2009) postula la necesidad de sentar unas bases sociológicas que superen

el detalle factual para dar mayor profundidad a la “*scandalogy*”. El desafío de descripción del proceso social “escándalo”, sus mecanismos y propiedades internos fundamenta su enfoque cualitativo. Propone cinco pasos: a) Predisposición estructural, b) Acusaciones y defensas, c) Conflicto (afectado por escaladores y delimitadores del escándalo), d) Reconocimiento, y e) Resolución. Desde el punto de vista estructural, Entman (2012), con su modelo de cascada, y Burkhardt (2017), con su modelo de reloj, reflejan abordajes similares.

En 2008, Ekstrom & Johansson introducen un tipo particular denominado “*talk scandal*”, es decir, un escándalo detonado por declaraciones o actos de habla, que pueden ser enunciados en público, o también en privado, pero luego introducidos en la esfera pública. El hecho de vivir una época de cambios y de una cierta inestabilidad de valores afecta a la esfera pública y la convierte en un ámbito más inseguro e inestable, aumentando el riesgo de las intervenciones públicas sobre temas sensibles. Las instituciones están en discusión y redefinición permanente, a las agendas sensibles establecidas se suman agendas emergentes, que requieren una comprensión profunda de su estructura y evolución para acertar en la participación pública de los agentes políticos y sociales. Los nuevos consensos se expresan en cambios legislativos, producidos también en el contexto de lucha por el poder de élites políticas, empresariales y sociales, con capacidad para intervenir en las decisiones políticas a partir de *lobbies* y movimientos sociales. Si los escándalos se producen al contrariar una norma social vigente, este contexto borroso ofrece menos seguridades y orientaciones para la expresión pública, y aumenta la eficacia de la promoción de nuevas agendas, así como de ciertas acusaciones públicas para generar descrédito.

2. Marco teórico

El enfoque de esta investigación se inscribe en una teoría de los asuntos públicos que parte de una sociología de la comunicación. Esta comprensión sociológica se detiene con mucha seriedad en el enojo moral que activa un escándalo, frecuentemente, ante pequeñas transgresiones. Esa desproporción es una irregularidad para la visión política institucionalista, y se ubica en el centro del problema desde una visión sociológica de la comunicación.

En las sociedades multiculturales del siglo XXI, muchas veces es difícil identificar las bases morales comunes que enmarcan la convivencia. Una transgresión es irritante porque ofende al colectivo “nosotros”, pero “consciencia colectiva” no significa “todos”: en las sociedades plurales operan varias conciencias colectivas que activan grupos, movimientos, tribus. Esta lectura abierta de Durkheim constituye una puerta de entrada al problema de los escándalos de discurso público y permite enriquecer

la discusión con los aportes teóricos de la antropología cultural de René Girard (Cannata, 2015). Jacobsson & Löfmarck (2008) aportan un elemento clave en la definición del problema: la comprensión del escándalo como un ritual social, lleva a considerar el proceso no como una mera confirmación de los valores establecidos, sino como propulsor de una discusión pública sobre los valores.

a. Comunicación como mecanismo social

El objeto de estudio de esta ponencia es el escándalo de discurso público, un fenómeno esencialmente atravesado por la comunicación. Luciano Elizalde (2014) expresa que “la comunicación es un proceso que puede darse de modo buscado o no, que funciona en el nivel de la realidad social intersubjetiva pero también en el nivel sistémico o institucional (impersonal), y que, según sus funciones centrales, debe ser considerado un mecanismo estructural de producción y reproducción social”. De esta manera, toma operativamente una perspectiva funcionalista (Merton, 1992), y se propone especificar las macro-funciones de la comunicación, asumiendo una visión evolutiva natural e histórica: (a) Función de constitución de “relaciones sociales subjetivas”; (b) Función de construcción de “representaciones simbólicas” (contenidos, elementos semánticos); (c) Función sistémica impersonal (señalización).

El mapa que construye ilumina la descripción de la escalada de disenso que constituye un escándalo. Un discurso se constituye en detonador de rechazo generalizado por la activación de un mensaje acusatorio que es eficaz en un determinado entramado de patrones de significado, dentro del cual es posible decodificarlo como la transgresión de valores comunes. Luego, para que escale el disenso produciendo el escándalo determinados sujetos deben activar las críticas en cadena a partir de la recepción del mensaje acusador. Y esa activación no se da sólo como un proceso individual, sino en un determinado entramado social que presiona sobre la subjetividad individual forzando un posicionamiento sobre la lucha de valores que ha originado la transgresión. Finalmente, la resolución del proceso se da con la desactivación emocional que se produce por distintos medios posibles: mensaje de sanción final del acusado, pérdida de fuerza de los acusadores para mantener activada la crítica, contraataque, disolución en un conflicto mayor, transformación en una controversia estratégica (Cannata, 2015). Esta conceptualización de la comunicación como mecanismo social está en la base de la teoría de los asuntos públicos de Elizalde.

b. Comunicación de Asuntos Públicos¹⁸⁹

Elizalde ha generado un esquema teórico de los asuntos públicos sobre la base del eje consenso-disenso. Los jugadores intervienen en el escenario público para obtener o mantener consenso de otros jugadores con el objetivo de alcanzar sus metas. Los asuntos públicos son situaciones complejas en las que los jugadores y sus intereses se entrelazan en relaciones interdependientes, es decir, cada uno posee autonomía relativa para desarrollar sus fines: si un jugador busca lograr algo necesita el apoyo de otros para conseguir los recursos o para evitar que otros lo bloqueen. Cuando un asunto es público, aparece “la necesidad actuar ante los demás, de establecer algún tipo de posición delante de otros actores y agentes sociales” (Elizalde, 2009:66). De esta manera, la actuación ante los demás tiene como objetivo la obtención del consenso, que es un medio para desactivar a aquellos actores que estarían potencialmente en contra de las acciones, metas y objetivos del jugador (Elizalde, 2009:109). En otras palabras, el consenso es “una forma de aceptación, de acuerdo, de concertación con los fines objetivos propios”: en la generación de consenso se interrelacionan procesos racionales y emocionales (Elizalde, 2009:85). Como el objetivo de reunir consensos en sociedades complejas puede ser extremadamente difícil, los actores también deben involucrarse en tareas de manejo del disenso, es decir, en el establecimiento de interacciones que eviten que los disensos se transformen en conflictos o crisis (Elizalde, 2017).

En cualquier caso, sea para obtener consenso o para manejar los disensos, los jugadores necesitan exhibir su visión sobre un campo determinado en el escenario público si quieren obtener el consenso, es decir, entrar en un proceso de comunicación. Esto no es fácil de lograr, ya que el escenario público es complejo. Podríamos resumir que el escenario público es un sistema estructurado por normas culturales e institucionales en el que los jugadores sociales representan papeles con el fin de lograr reacciones racionales y emocionales en los individuos y grupos que resulten en consensos a su favor o presión sobre sus adversarios.

La investigación de Elizalde explica los mecanismos a través de los cuales los jugadores construyen sus consensos o manejan sus disensos en el escenario público para lograr o recuperar la estabilidad de sus campos o para darle impulso a los cambios que desean. En efecto, el autor señala que las situaciones de equilibrio se alcanzan cuando los disensos se acallan (Elizalde, 2009:47). Esta es una visión más realista sobre las condiciones del escenario público actual, donde la diversidad de observadores, de jugadores y de medios de expresión hacen casi imposible la obtención de consensos definitivos.

Asuntos Públicos de Luciano Elizalde forma parte de un proyecto de investigación conjunto con Arturo Fitz Herbert en el marco del Centro de Estudios en Comunicación Aplicada de la Universidad Austral.

Además, la construcción del mediano plazo actúa como medida preventiva frente a la aparición de disensos, dado que “es mejor que nuestras ideas, valores y proyectos sean expuestos con anticipación, ya que las personas (audiencias) quedan inmovilizadas ante las ideas, valores o proyectos de otros que son comunicados con posterioridad. Si las audiencias toman contacto con discursos, versiones e informaciones que apoyan un punto de vista, una orientación, les resultará más difícil modificar este punto de vista defendido por otros discursos, versiones y procesos de información” (Elizalde, 2006:109).

Ahora bien, la contracara de la espiral positiva de consenso son las situaciones de disenso. Elizalde sostiene que, en las condiciones actuales de pluralidad e incentivos para la crítica y el reclamo público, es necesario superar la concepción binaria “crisis/no-crisis” para abordar las situaciones de disenso. En este sentido, propone un modelo gradual basado en el concepto de situaciones sociales. En primer lugar, diferencia dos grandes situaciones, que denomina “Enfrentamiento” y “Confusión”. En la primera, los jugadores dirigen sus acciones con la intención de dañar y de conseguir determinados recursos. En cambio, en la segunda, los participantes agreden o disienten, pero no existe la voluntad de enfrentamiento. Frecuentemente, surgen de malentendidos, enojos y tensiones. Mientras en el enfrentamiento la voluntad de los participantes resiste a los intentos de aclaraciones y apaciguamiento mediante la conversación, en la confusión se puede buscar encauzar la tensión para que no escale a enfrentamiento.

De acuerdo con la gravedad y características de las situaciones sociales, Elizalde elabora una graduación, en la que el escándalo es la más grave:

a) *Contradicciones*: “La contradicción surge como un «no» ante la presencia o acción de un agente ante un estado de cosas. Esa contradicción puede ser transformada en una «contradicción oculta» o en una «contradicción no exhibida». El método de resolución de esta contradicción es la «negociación». Las partes tratan de llegar a un acuerdo entre sí” (Elizalde, 2009:94).

b) *Controversias*: “Discusión racional, teórica, retórica, acerca de los problemas y soluciones del negocio, de la industria, de la forma de funcionamiento” (Elizalde, 2017:94). “El acontecimiento se moraliza: el problema se deriva en un problema ético o moral, que en el nivel social es un problema de justicia; entonces, con lo que se deberá luchar es con la idea de que otros no digan o lleguen a estar de acuerdo en que lo que usted hizo o dijo es injusto. Estas son las bases de una controversia o de una

disputa. Hay varios puntos de vista sobre algo, y los puntos de vista de algunos de los actores pueden ser considerados como justos o injustos. Solo cuando un acontecimiento que afecta a otros (perdiendo autonomía de solución) y por el que se duda de que sea justo el modo en que se pretende resolver es un asunto público de acuerdo con la definición de nuestro tipo de sociedades” (Elizalde, 2009:95).

c) *Riesgo*: “Percepción subjetiva del peligro, activada por el temor, el desconocimiento, o ambas cosas” (Elizalde, 2017:94).

d) *Conflicto*: “Enfrentamiento con alguien de modo racional, intencionado y buscado” (Elizalde, 2017:94). Suele presentar demandas concretas y, frecuentemente, negociables. Si se acuerda sobre las demandas o se neutralizan, cesa el conflicto.

e) *Conflictividad*: presenta un componente más inestable y emocional. “Agresividad social colectiva canalizada de manera menos programada y sistematizada. Surge del descontrol o del enojo, o del cálculo, pero sin otro objetivo que el de satisfacer la necesidad de catarsis personal o grupal, como también de la necesidad de resolver una injusticia por mano propia” (Elizalde, 2010:89). La necesidad de reasegurar la identidad y el lugar cultural puede ser original de conflictividad. Habitualmente presentan demandas incumplibles por la otra parte.

f) *Escándalos*: “Acción o hecho que viola un valor fundamental para la sociedad” (Elizalde, 2017:94). “El grado de responsabilidad imputado es no solo alto, sino que se encuentra emocionalmente fijado. Es la ruptura de la *carrera moral* de una persona, grupo o corporación” (Elizalde, 2009:219).

Esta graduación ofrece dos posibilidades heurísticas: una comprensión sociológica del escándalo, al integrarlo a una matriz que permite percibir diferencias operativas con la controversia, el conflicto y la conflictividad; y la posibilidad de explicar cómo un escándalo potencial puede desactivarse y transformarse en otro tipo de disenso menos inestable y perjudicial, lo que ofrece una clave de trabajo para la gestión de la comunicación de crisis y del discurso público.

Ante el enfrentamiento o la confusión, tanto los protagonistas como los jugadores secundarios deben elaborar una estrategia de comunicación de asuntos públicos, lo cual implica cierto “cálculo sobre el modo en que es posible acoplar las diferentes percepciones,

controlar los mensajes propios que pueden irritar o descontrolar emocionalmente a ciertos jugadores, contener las propias respuestas a los mensajes de otros jugadores para no quedar en situaciones de disenso de las que es muy difícil salir luego” (Elizalde, 2009:49). Es decir, que la estrategia de comunicación de asuntos públicos supone la previsión del modo en que las actuaciones provocarán reacciones en los públicos.

Según Elizalde, cualquier estrategia de asuntos públicos utiliza cuatro medios básicos: medios de comunicación del escenario público, medios de comunicación privada, medios de producción de hechos reales y medios de acción jurídica (Elizalde, 2009).

Para que la estrategia de asuntos públicos funcione a los fines del jugador, estos medios de exhibición deben ser utilizados de algún modo; debe haber una actuación efectiva, un desempeño adecuado. Elizalde indica que, en la aparición, los voceros, los equipos y las instituciones producen mensajes verbales y no verbales que activan “decisiones, emociones, percepciones en las mentes de personas” que luego producen acciones y relaciones buscadas o no buscadas por el emisor (Elizalde, 2017:64).

El escándalo de discurso público se constata como una explosión de disenso, a veces repentina, a veces como reacción en cadena, a partir de una transgresión discursiva de un valor moral compartido. Desde la perspectiva de comunicación de asuntos públicos deberán tomarse decisiones para intervenir el proceso a través de dos modos:

- *Mensajes verbales y no verbales*: “La estructura argumental es la base del desarrollo del lenguaje social que se necesita. Desde la perspectiva práctica, para llegar al lenguaje social para la comunicación efectiva, necesitamos: identificar los modelos de sentido común que chocan en la evaluación del problema-solución; desarrollar un léxico o conjunto de palabras que sirvan de «puentes», *passwords*, «puertas de entrada» a los modelos de sentido común de la otra parte; una estructura argumental para tener un punto de partida claro y firme que permita continuar con el desarrollo del lenguaje social” (Elizalde, 2017:106).

- *Procesos de interacción*: cuando hay un conflicto los jugadores aparecen en el espacio público desarrollando consciente o inconscientemente formas de interacción a las que Elizalde llama “juegos de comunicación de cálculo” (Elizalde, 2009:185-195). Estas formas de interacción son parte de una cultura política y social a la que los jugadores deben adaptarse: cada jugador debería tratar de entender cuál es el juego de comunicación que se está originando y cuál es su

función en él.

El escándalo pone en riesgo de forma estructural la posición en el campo de un determinado jugador. Si el proceso de escándalo de desarrolla completamente, de forma temporal o definitiva, el jugador pierde su posición en el campo, una afectación estructural de su reputación. En cambio, si un potencial escándalo se transforma en una controversia, un conflicto o una relación de conflictividad, se reubica o refuerza su posición en el campo. Desde esta visión, el proceso de distribución del crédito o descrédito depende de dos tipos de percepciones (Elizalde, 2009:30): primero, de las percepciones que el jugador tenga sobre la situación —qué está pasando— y sobre los otros jugadores —quiénes son y qué quieren hacer—; segundo, sobre las percepciones que el jugador pueda generar en los otros jugadores —adversarios, aliados, observadores, enemigos—.

En resumen, Elizalde proporciona un marco general para analizar los mecanismos de comunicación pública y privada que utilizan los jugadores para construir consensos o acallar los disensos. Sobre este eje central se articula la búsqueda de una explicación, formalización y gestión de los escándalos de discurso público.

3. Metodología

Este artículo es un trabajo interpretativo que propone una formalización del fenómeno comunicativo y social “escándalo de discurso público”. Se abordará el trabajo empírico mediante el análisis comparativo de dos casos para la inducción de mecanismos explicativos del funcionamiento del fenómeno (Yacuzzi, 2009), siguiendo las técnicas indicadas por Yin (2006).

Consideramos a los mecanismos como un elemento conceptualmente identificable que “forma una clase delimitada de eventos que cambia las relaciones entre determinados conjuntos de elementos en forma idéntica o muy similar en una variedad de situaciones” (Tilly & Goodin, 2006:12), por eso poseen capacidad explicativa, pero no predictiva (ya que la complejidad de las condiciones sociales que activan un proceso es multicausal). En este sentido, los procesos son frecuentemente una combinación o secuencias de mecanismos, y los episodios, corrientes continuas de la vida social (Tilly & Goodin, 2006:12).

Se ha trabajado sobre fuentes primarias, especialmente medios de prensa para la reconstrucción de los casos. La unidad de análisis es el caso, que está compuesto por una serie de eventos. Como el estudio es analítico descriptivo, se consideró un único criterio de selección de la muestra: el reconocimiento de una polémica social de amplísima cobertura mediática activada por un

discurso disruptivo vinculado con valores. Los casos buscan intencionalmente ser de países, enunciadores y temas variados. Tendrán *validez externa* en la medida en que se reconozca que pueden aportar conocimiento para comprender el modo en que se desarrollan estos fenómenos sociales y sus propiedades. La selección teórica y el estudio de perspectiva cualitativa se orientan a elaborar un modelo teórico, fruto de la inducción a partir de los casos estudiados, con la validez y consistencia propia de este tipo de metodología que ofrece un conocimiento intensivo, pero no extensivo: para aumentar su validez externa se deberá luego probar en muestras representativas con criterio estadístico. Como corpus se han seleccionado dos casos emblemáticos, tomados de una base de datos propia de 100 controversias originadas en una transgresión discursiva.

4. Cordera y Trump, declaraciones incendiarias y dignidad de la mujer

a) Cordera

Gustavo Edgardo Cordera es un rockero argentino nacido en 1961, conocido no solo por su música sino también por sus declaraciones polémicas. El 8 de agosto de 2016, durante un simulacro de conferencia de prensa *off the record* en un taller de periodismo en TEA Arte (una famosa escuela de periodismo) y la organización *Ni una menos*, presidida por Ingrid Beck, periodista y referente del movimiento.

Cordera fue invitado para hablar de álbum, *Tecnoanimal*. Durante la charla fue interrogado por sobre las acusaciones de depravación y de supuestos abusos sexuales que involucraban a varios colegas suyos del rock argentino, a lo que respondió: “Hay mujeres que necesitan, porque son histéricas, ser violadas, porque psicológicamente lo necesitan y porque tienen culpa y no quieren tener sexo libremente. Quieren jugar a eso. A mí no me gusta jugar a eso, pero hay gente a los que sí. Somos muy complejos los seres humanos”.

Se armó revuelo en la sala; algunos estudiantes habían grabado sus declaraciones. Uno de los presentes, Jonathan Dallinger decide publicar el audio y la información en Facebook. A los dos días, la noticia explotó en los medios nacionales y latinoamericanos, y el repudio fue generalizado en redes sociales.

La respuesta de Cordera fue una serie de pedidos de disculpa pública. En una entrevista en el programa *No se Desesperen* de radio Mega, luego muy difundida en los medios buscó contextualizar el hecho de diversas maneras:

a) Pedido de disculpas: “Me siento horrible, un pelotudo

y una vez más me mandé una cagada”.

b) Adhesión de los derechos humanos: “El lunes fui a un taller de periodismo que era cerrado, sin difusión y fui llevado por la gente del #NiUnaMenos de donde formo parte hace tiempo, como también adhiero a Abuelas de Plaza de Mayo y a todas las causas de derechos humanos”.

c) Reconfigurar la situación: “Estaba haciendo un psicodrama”; “busqué la provocación”; “fue un ejercicio”.

d) Victimizarse: reconoció tener miedo; negó cualquier hecho de abuso sexual en su vida.

Por su parte, TEA Arte también fue acusada de complicidad, por lo que sacó un comunicado para despegarse en su Facebook, apelando al marco del *off de record*: “Con respecto a declaraciones de Gustavo Cordera que circularon hoy en las redes sociales, queremos contarles que la política de TEA Arte es no difundir el contenido de las entrevistas que se realizan en el marco de nuestras clases”. Sin embargo, ante insistentes acusaciones, finalmente, Ingrid Beck declaró: “No hay justificación; fue una bestialidad”. Por su parte, Mario Pergolini, reconocido conductor radial y empresario mediático, buscó defenderlo en público recurriendo al valor del pedido de disculpas: su intervención recibió muchas críticas y no insistió el punto. Las radios señalaron que dejarían de pasar la música de Cordera como repudio a sus declaraciones.

Finalmente, el INADI indicó que se presentará como querellante contra Cordera, que finalmente fue imputado por “apología del delito e incitación a la violencia”. El juicio continúa en 2019. Tras esto, el músico comunicó en una carta en su cuenta de Facebook oficial, una disculpa hacia las mujeres por sus declaraciones y que cancelaría sus próximos conciertos hasta nuevo aviso.

b) Trump

El 6 de octubre de 2016, durante la fase final de la campaña presidencial en Estados Unidos, el diario *The Washington Post* publicó un artículo, que incluía un video, en el que el entonces candidato del Partido Republicano Donald Trump participaba en una “extremely lewd conversation about women” (de acuerdo con titular de la noticia) en 2005, con Billy Bush, presentador del programa de televisión *Access Hollywood* de NBC Universal. Fue el artículo más visto de la historia en la web del *Post*.

La charla versaba sobre la relación de Trump con las mujeres y las declaraciones recogidas en el video fueron en referencia a Arianne Zucker, actriz y modelo que estaba esperándolos a la entrada de los estudios de la NBC: “I better use some Tic Tacs just in case I start kissing her. You know I’m automatically attracted to beautiful—I just start kissing them. It’s like a magnet. Just kiss. I don’t even wait. And when you’re a star, they let you do it. You can do anything. Grab ‘em by the pussy.

You can do anything”.

La reacción ante la noticia fue una crítica generalizada y explosiva. La respuesta de Hillary Clinton fue inmediata en el tuit: “*This is horrific. We cannot allow this man to become president*”. Trump dio una declaración en la que pedía disculpas por el contenido del video y contraatacó diciendo que Bill Clinton le había dicho cosas mucho peores en el campo de golf. En el Partido Republicano, desaprobaron las declaraciones numerosas figuras clave, como Mike Pence (candidato a vicepresidente), Mitch McConnell (líder de la mayoría en el Senado), Reince Priebus (Jefe del Comité Nacional del Partido Republicano). Además, John McCain (ex candidato a presidente) y Paul Ryan (Speaker en el Congreso) retiraron su apoyo a la campaña.

El ex candidato presidencial y antiguo gobernador de Massachusetts Mitt Romney fue duro en declaraciones en Twitter; Jed Bush, ex gobernador de Florida, indicó que eran declaraciones reprensibles, John Kasich, gobernador de Ohio, dijo que era indefendible; Arnold Schwarzenegger, antiguo gobernador de California, indicó que por primera vez no votaría al Partido Republicano y lo mismo anunció el ex presidente George W. Bush. Incluso un grupo de referentes pidió que diera de baja la candidatura. Para el 11 de octubre, cerca de un tercio de los senadores republicanos había declarado que no votaría por Trump.

Solo unos pocos aliados muy cercanos defendieron a Trump, en la marea de escarnio público.

Por su parte, el 7 de octubre Trump publicó un video en el que: 1) pide disculpas; 2) Indica que el trato con pueblo americano lo ha cambiado y por lo tanto esas declaraciones no representan quién es; 3) renueva su compromiso con el pueblo americano; 4) denuncia una campaña de distracción de los medios y ataca a Hillary Clinton de encubrir los abusos de Bill Clinton y de maltratar a las víctimas.

El 8 de octubre, reforzó su posición con un tuit: “The media and establishment want me out of the race so badly - I WILL NEVER DROP OUT OF THE RACE, WILL NEVER LET MY SUPPORTERS DOWN! #MAGA”.

El 8 de octubre Melania Trump declaró en un comunicado oficial: “The words my husband used are unacceptable and offensive to me. This does not represent the man that I know. He has the heart and mind of a leader. I hope people will accept his apology, as I have, and focus on the important issues facing our nation and the world”.

El 10 de octubre, dos horas antes del segundo debate presidencial, Trump se presentó en una conferencia de prensa con tres mujeres que habían acusado a Bill Clinton de “sexual misconduct”. Luego, durante el debate, fue interrogado sobre la grabación. Su respuesta indicó que fue “locker room talk” y luego ensayó una disculpa:

“I’m not proud of it. I apologize to my family. I apologize to the American people”.

El 7 de octubre, la escritora Kelly Oxford posteó: “Women: tweet me your first assaults. they aren’t just stats”. En pocas horas, el tuit se volvió viral y recibió miles de respuestas. Cerca de 30 millones de personas vieron o replicaron el tuit de Oxford en una semana.

Numerosos deportistas rechazaron el comentario de que fue “locker room talk”, en una nueva oleada de críticas. Proliferó el hashtag: #NotInMyLockerRoom.

Durante esos días, surgieron numerosas acusaciones de acoso o abuso sexual contra Donald Trump. Tanto él como los voceros de la campana negaron repetidamente todas las acusaciones.

Billy Bush renunció a su programa de televisión en la NBC el 17 de octubre.

5. Análisis de los casos

Los aportes heurísticos de la comparación de los casos aportan en dos sentidos: dada la diferencia geográfica, cultural y de posición social, las similitudes refuerzan una cierta universalidad del proceso de escándalo público, en este caso activado por declaraciones. Luego, como los casos inician de manera muy similar, pero tienen un final radicalmente diferente, encontrar elementos que diferentes en el proceso puede ayudar a explicar el resultado distinto.

El caso Cordera es un proceso de escandalización completo. Se desarrolla en las siguientes etapas:

Historia de declaraciones polémicas y nuevo contexto “Ni Una Menos” → Legitimidad sospechosa del denunciador → Declaración polémica off the record → Visibilización de la declaración en Facebook → Cobertura informativa de “Todos contra uno”, típica de la escandalización → Pedido de perdón ineficiente → Intentos de “recontextualización” de la declaración → Condenas institucionales y empresarias → Defensa de aliados → Ataque a los aliados → Condena o silencio de aliados → Crítica generalizada persistente → Condena social e intervención institucional (escarnio público, imputación penal y suspensión de shows).

En cambio, el caso Trump arranca con mayor fuerza escandalizadora que el caso Cordera porque no posee aliados que mitiguen su situación, pero las intervenciones sobre el proceso resultan eficientes y logra frenarse el proceso de expulsión de la posición social que demanda la escalada de crítica inicial:

Contexto de campaña electoral y polarización → Legitimidad sospechosa del denunciador por denuncias y declaraciones previas → Revelación por un diario prestigioso en su portal digital de la declaración polémica producida 11 años atrás en contexto privado → Cobertura de todos contra uno → Crítica generalizada de aliados → Pedidos de renuncia a la candidatura → Denuncias de abuso sexual → Estrategias de defensa: pedido de perdón, contraataque, negación de las acusaciones, denuncia de campaña en su contra, recontextualizar la charla como “conversación de vestuario”, acusaciones contra oponente → Activación de la polarización impacta en la cobertura de muchos contra muchos disolviendo el efecto de escándalo → Continuación de la campaña → Victoria en las elecciones.

En la comparación de los dos procesos de escándalos, estructuralmente similares, podemos inducir dos ámbitos de diferencias fundamentales:

a) El contexto de intereses materiales y simbólicos en juego: la campaña presidencial sitúa a numerosos actores sociales con incentivos para sostener la candidatura a pesar de todo, para proteger los propios intereses; más aun en contextos de polarización. En el caso de Cordera, no había incentivos estructurales para sostener su defensa y los aliados que ensayan defensas, vuelven al silencio o se vuelven críticos.

b) La eficacia resolutoria de las intervenciones estratégicas de Trump: más contundentes y eficientes, posiblemente, además de la efectividad por la representación dramática de la intervención, por los incentivos del contexto de polarización material que constituye la campaña para las elecciones generales. Los contextos de polarización incentivan las controversias, pero desincentivan los escándalos porque los grupos polarizados tienden a defender la posición de los jugadores propios por incentivos estructurales.

6. Conclusiones

Para terminar, se pueden presentar las siguientes conclusiones, que requieren mayor corroboración empírica para ganar en validez:

a) Los escándalos activados por declaraciones poseen consecuencias contundentes y características similares a los escándalos activados por transgresiones materiales (escándalos de corrupción, financieros o sexuales).

b) Aunque los escándalos parecen impredecibles en su desarrollo, es posible una formalización de sus mecanismos internos y obtener algunas relaciones, tales como:

i. La durabilidad de un escándalo depende del sostenimiento de la emocionalidad crítica, que depende a su vez de la eficacia acusatoria.

ii. Si se rompe la sensación de unanimidad o “todos contra uno”, el escándalo se transforma en una controversia o en un conflicto y la posición de los jugadores deja de estar en riesgo estructural.

iii. Los escenarios polarizados activan numerosas controversias, pero desincentivan los escándalos porque la lógica del “muchos contra muchos” tiende a prevalecer frente al “todos contra uno”.

iv. La defensa pública de terceros creíbles es un mecanismo eficiente para frenar la escalada del escándalo, pero debe ser proporcionada a la intensidad acusatoria.

v. Las peticiones de perdón y otras estrategias de respuesta no funcionan de forma automática, sino que deben cumplir con estándares de sinceridad y proporcionalidad a la transgresión.

7. Bibliografía

- Allern, S., Kantola, A., Pollack, E., & Blach-Orsten, M. (2012). Increased scandalization: Nordic political scandals 1980–2010. En S. Allern & E. Pollack (Eds.), *Scandalous! The mediated construction of political scandals in four Nordic countries* (pp. 29–50), Gothenburg, Sweden: Nordicom.
- Allern, S. & Pollack, E. (2012). *Scandalous: the mediated construction of political scandals in four Nordic countries*. Göteborg: Nordicom.
- Barkin, J. M. (1999). “How Mass Media Simulate Political Transparency”, *Cultural Values*, 3 (4), 393-413.
- Brenton, S. (2012). Scandals as a Positive Feature of Liberal Democratic Politics: A Durkheimian perspective. *Comparative Sociology* 11(6):815-844.
- Burkhardt, Steffen (2018). “Scandals in the Network Society”. En Haller, A., Michael, H, & Kraus, M. *Scandalogy: An Interdisciplinary Field*. Koln: Herbert von Halem Verlag, 18-44.
- Cannata, J.P. (2015). “Escándalos públicos y gestión de la visibilidad negativa: aportes teóricos de René Girard”; *Austral Comunicación*, 4 (2):105-131.
- Cannata, J.P., Renzi, J., & Fitz Herbert, A. (2016). Discurso público de los grupos protectores de animales enfocados en instituciones zoológicas. Serie Discurso Público, Informe n°1, mayo. Buenos Aires: CECAP-Universidad Austral.
- Castells, M. (1998). “La política informacional y la crisis de la democracia”, en *La Era de la Información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 2: El poder de la identidad*. (pp. 341-391). Madrid: Alianza Editorial.
- Crosbie, T., & Sass, J. (2017). Governance by scandal? Eradicating sexual assault in the US military. *Politics*, 37(2), 117–133.
- Ekstrom, M. & Johansson, B. (2008). Talk scandals. *Media, Culture & Society*, 30 (1): 61-79.
- Elizalde, L. (2006). “La comunicación gubernamental:

problemas y soluciones estratégicas”; en L. Elizalde, D. Fernández Pedemonte y M. Riorda, *La construcción del consenso*. Buenos Aires: La Crujía, 320 pp.

Elizalde, L. (2009). *Gestión de la comunicación pública*. Barcelona: Bosch.

Elizalde, L. (2010). Conflictividad y conflictos en el escenario público argentino. *Conexiones*, 2 (1), p. 79-98.

Elizalde, L. (2014). “La comunicación como mecanismo social. Fundamentos teóricos para el desarrollo de un modelo aplicado de comunicación humana”, en Fernández Pedemonte, D. (coord.), *Comunicación aplicada: teoría y método*; Salamanca: Comunicación Social ediciones, 80-122.

Elizalde, L. (2017). *Manejando el disenso*. Buenos Aires, La Crujía.

Entman, R. (2012). *Scandal and Silence: Media Responses to Presidential Misconduct*. Cambridge: Polity Press, 269 pp.

Girard, R. (1986). *El chivo expiatorio*. Barcelona: Anagrama.

Haller, A., Michael, H, & Kraus, M. (2018). *Scandology: An Interdisciplinary Field*. Koln: Herbert von Halem Verlag.

Ivèreigh, A. (2007). *Scandal: a canonical response*. Hythrop College, University of London. Final dissertation for Master of Arts Degree.

Jacobsson, K., & Löfmarck, E. (2008). A Sociology of Scandal and Moral Transgression: The Swedish ‘Nannygate’ Scandal. *Acta Sociologica*, 51(3), 203–216.

Kantola, A., & Vesa, J. (2013). Mediated scandals as social dramas: Transforming the moral order in Finland. *Acta Sociologica*, 56(4), 295-308.

Kepplinger, H. (2018). Political Scandals as a Democratic Challenge| Hidden Traps: An Essay on Scandals — Commentary. *International Journal Of Communication*, 12 (14).

Soto Ivars, J. (2017). *Arden las redes: La postcensura y el nuevo mundo virtual*. Debate, España, 385 pp. Consultado en *Kindle edition*.

Tilly, C. y Goodin, R. (2006). Introduction. It depends. En C. Tilly y R. Goodin (Eds.), *The Oxford Handbook of Contextual Political Analysis*. Oxford: Oxford University Press.

Tumber, Howard & Waisbord, Silvio R. (2004). Introduction: Political scandals and media across democracies [part 1]. *American Behavioral Scientist*, 47 (8), p. 1031-39.

Tumber, Howard & Waisbord, Silvio R. (2004). Introduction: Political scandals and media across democracies [part 2]. *American Behavioral Scientist*, 47 (9), p. 1143-52.

Tumber, H. & Waisbord, S. (2019). *Routledge Companion to Media and Scandal*. London and New York: Routledge.

Von Sikorski, C. (2018). Political Scandals as a Democratic Challenge| The Aftermath of Political Scandals: A Meta-Analysis. *International Journal Of Communication*, 12, 25.

Waisbord, Silvio R. (2004). Scandals, media, and citizenship in contemporary Argentina. *American Behavioral Scientist*, 47 (8), p. 1072-98.

Weeber, S. (2009). “A generalized stage model of international political scandals”. *International Review of Modern Sociology*, Vol. 35, No. 1 (Spring), pp. 43-61.

Yacuzzi, E. (2009). “El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación”. Buenos Aires, *Documentos UCEMA* n. 296.

Yin, Robert (2009). *Case Study Research: Design and Methods*. California: Sage, 219 pp. Applied Social Research Method Series, Volume 5.

EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LAS NEGOCIACIONES SOBRE EL ACUERDO DE PAZ DE 2016 EN COLOMBIA

Carranza Giojalas, Victoria

FCC – UNC / victoriacarranzag@gmail.com

González Zanotti, Pilar

FCC – UNC / zanottipilar@gmail.com

Palabras claves: comunicación gubernamental; gobierno; agendas políticas; comunicación 2.0; estrategia

Más de medio siglo de conflicto con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) en este país, ha otorgado vasta bibliografía concerniente a los procesos atravesados por cada uno de los gobiernos de turno y los episodios violentos en cada década. Se podría decir que más que episodios, la violencia se ha vuelto un escenario cotidiano en la vida política y social colombiana, y uno de los principales, sino el único, conflicto a los que las medidas políticas apuntan erradicar. Una medida política con gran impacto fue el Acuerdo de Paz con las FARC en 2016, impulsado por el Gobierno de Juan Manuel Santos. Luego de un año de negociaciones, en dicho acuerdo se establecieron seis puntos principales sobre los cuales se trabajaría en conjunto entre el gobierno y las FARC para terminar con esta confrontación. Para poder abordar la investigación sobre estas negociaciones se llevó a cabo un relevamiento de los acontecimientos más importantes que se desarrollaron a lo largo de ese año y se tomó ocho fechas como puntos de inflexión. Más aún, con el fin de conocer si el Gobierno “instalaba” con anticipación el tema en las agendas políticas, se realizó un análisis más profundo al incluir en el estudio las publicaciones de la semana anterior y posterior de cada una de las fechas seleccionadas. La primer fecha analizada fue el 23 de marzo, la cual había sido establecida como día límite para firmar el acuerdo de paz. Sin embargo, como aún existían cuestiones que resolver sobre condiciones del mismo, dicha firma no se realizó. Luego, el 23 de junio de 2016 se efectuó un acto público en La Habana donde estuvieron presentes el entonces presidente Juan Manuel Santos, el comandante de las FARC-EP y los países garantes, donde se anunció el Acuerdo para el Cese al Fuego y de Hostilidades Bilateral Definitivo. Por su lado, el 24 de agosto de 2016 los mismos actores firmaron en La Habana el Acuerdo de Paz y Fin de Conflicto entre ambas partes.

Dicho Acuerdo no iba a tener efecto sin la aprobación

del plebiscito. Antes de la votación, el 26 de septiembre se realiza en Cartagena de Indias el acto protocolar en el cual se celebra la firma del Acuerdo de Paz. El 2 de octubre se lleva a cabo el plebiscito en Colombia donde gana el “No” al acuerdo firmado. Lo cual genera una nueva revisión en base a las demandas de la población. Teniendo en cuenta estas demandas, el 24 de noviembre ambas partes firman un nuevo acuerdo que no iba a ser sometido a plebiscito, sino que sería examinado en el Congreso, el 30 de noviembre, sesión que culminó con la aprobación del Nuevo Acuerdo de Paz. Por último, el 10 de diciembre de ese año fue la ceremonia de entrega del Premio Nobel de la paz a Juan Manuel Santos. A partir de esto, y enmarcando el trabajo en una actualidad globalizada caracterizada por la fluidez y el gran acceso a la información debido a las nuevas tecnologías, se lleva a cabo el análisis del uso de redes sociales del gobierno presidencial de la República de Colombia sobre el acuerdo de paz de 2016, durante un periodo determinado. A partir del reconocimiento de la realidad colombiana y el interés en las formas modernas en que los Gobiernos comunican, este trabajo principalmente se enfoca en dos esferas de la comunicación. Por un lado hace hincapié en la comunicación política, comprendiendo dentro de esta a la comunicación gubernamental en particular. A la vez que se lleva adelante un análisis de la comunicación 2.0, y más específicamente en las redes sociales como herramienta de comunicación online. Más aún, se propone entrecruzar estos conceptos y analizarlos en conjunto. Lo expuesto hasta ahora vislumbra una problemática que da lugar a esta investigación y permite plantear como interrogante ¿Cuál fue el uso de las redes sociales oficiales para comunicar desde el gobierno nacional colombiano el proceso de negociaciones que desembocaron en el acuerdo de paz de 2016? En pos de incursionar en la temática y la problemática, la investigación llevó a una revisión de los antecedentes disponible sobre la comunicación política a través de las redes sociales oficiales. Hay numerosa producción teórica sobre este tema, y se tomó como antecedentes algunos trabajos de investigación, nacionales e internacionales, artículos, manuales, entre otros, que analizan a las redes sociales como herramientas de los gobernantes y candidatos políticos para comunicar y difundir contenidos. En pocas palabras, por tratarse de un tema contemporáneo se optó como estrategia metodológica el estudio de caso cuyo fin fue examinar las publicaciones en las redes sociales oficiales de Twitter, Instagram y Facebook, sobre las fechas escogidas como determinantes.

Definiendo de este modo a dichas redes sociales como unidades de análisis y a cada fecha escogida, con su semana anterior y posterior, como muestra de este trabajo de investigación. El proceso para abordar este caso particular se inició definiendo la investigación como exploratoria – descriptiva utilizando el análisis de contenido como técnica troncal. A modo de conclusión, a

partir de los resultados obtenidos, se puede reconocer que el uso las redes sociales como canales de comunicación fue apropiado para la difusión de contenido durante las negociaciones del Acuerdo de Paz en Colombia en el año 2016 ya que se realizó un uso frecuente de las mismas, en pos de comunicar al público los mensajes elaborados por la presidencia. A partir del seguimiento de las publicaciones de las ocho fechas escogidas, se pudo visualizar una diferencia en la cantidad de publicaciones realizadas por día en cada red social. Diferencia reflejada, a su vez, en las semanas anteriores y posteriores analizadas de las fechas escogidas. Durante estas semanas continuó el flujo de publicaciones sobre el Acuerdo de Paz, lo cual indica que la temática fue instalada en la agenda política digital de manera prolongada. Es decir, no se hablaba del Acuerdo únicamente en las fechas claves, sino que era mantenido el discurso que promovía las negociaciones en torno a éste. En cuanto al formato, Facebook e Instagram fueron las redes sociales que más contenido multimedia incluyeron en sus publicaciones, siendo a través de las imágenes y videos el recurso escogido para informar e interpelar a los seguidores de estas redes. Por su parte, Twitter apeló a mensajes donde predominó lo textual. Cabe destacar que cada red social cuenta con su propio formato, narrativa y diversas funciones, pero las tres siguen el mismo objetivo: informar, simpatizar y lograr la adhesión. Es decir, existe un eje rector entre ellas sin compartir la misma narrativa. Hay cierta linealidad en el contenido del mensaje y en el uso de los “hashtags” (etiquetas), respetando la coyuntura de cada fecha. En cuanto a los “hashtags”, se puede afirmar que se realizó un uso periódico de ellos y que fueron representativos dentro de todas las publicaciones. Por un lado, los “hashtags” fueron compartidos dentro de las tres redes sociales lo que denota el eje rector, mencionado anteriormente. Dentro de todo el proceso de negociaciones por la paz se pueden encontrar “hashtags” que perduraron tales como #AcuerdoDePaz y #SiALaPaz. También, existieron “hashtags” coyunturales de cada momento de las negociaciones, como por ejemplo en la votación de plebiscito predominaron los “hashtags” #Plebiscito. Otro caso, fue la refrendación del Congreso, donde se utilizó el “hashtag” #NuevoAcuerdo. También se distinguió el día 10 de diciembre, cuando se hizo la entrega al presidente del premio Nobel por la Paz, donde se hizo uso del “hashtag” #NobelDeLaPazColombia. Por su parte, es relevante destacar que en las publicaciones de las fechas puntuales y en las publicaciones de las semanas anteriores y posteriores, se comparten el uso de nueve “hashtags”. La implementación de los mismos contiene una significación a la hora de realizar publicaciones, ya que esconde una intención de establecer en agenda una tendencia para que los mismos sean compartidos por los seguidores. Por otro lado, se reconoce el rol informativo que cumplieron las redes sociales en este proceso de paz a disposición del pueblo colombiano e internacional, quienes estaban pendientes de sus avances. En las redes

sociales se “postearon” contenidos que fomentaba a la participación del ciudadano, brindando información de utilidad. Hay que señalar también el rol propagandístico que tuvieron las redes sociales para promocionar tanto al Acuerdo de Paz como a la Presidencia de Colombia. En el ámbito nacional, más allá de que no se trataba de una campaña electoral, no se tiene que perder el foco de que sí se trató de una votación donde había dos posturas (el “Sí” y el “No”) y donde se vislumbró una clara oposición encabezada por el ex presidente Álvaro Uribe Vélez. El desenlace sobre el acuerdo de paz iba a influir las elecciones políticas en un futuro. Tal como sucedió en las campañas presidenciales que concluyeron en 2018. De hecho, el Acuerdo de Paz de 2016 fue una de las temáticas principales que se discutieron durante la campaña electoral, donde se evaluaba el futuro de su implementación. En líneas generales, se puede concluir que la presidencia hizo un uso constante de sus cuentas oficiales de dichas redes sociales cumpliendo de este modo la función de canal de comunicación. A su vez, estos canales fueron la herramienta para gestionar la comunicación política y también la comunicación gubernamental de la presidencia colombiana. En efecto, hubo una estrategia de comunicación política de la presidencia en torno a las comunicaciones del Acuerdo de Paz, desarrollada a partir de una gestión premeditada de sus diferentes cuentas oficiales.

Bibliografía

Acuerdo Final de Paz de Colombia (24/11/2016). Recuperado de: <http://www.altocomisionadoparalapaz.gov.co/procesos-y-conversaciones/Documentos%20comp-artidos/24-11-2016NuevoAcuerdoFinal.pdf>

ARUGUETE, Natalia y RIORDA, Mario (2015). “Componente retórico de uso y estilo”. En RIORDA, Mario y VALENTI, Pablo “Gobernantes y ciudadanos. Los gobernantes latinoamericanos y la gestión de redes sociales”. Copyright © Banco Interamericano de Desarrollo

ELIZALDE, Luciano y RIORDA, Mario (2014). “Comunicación gubernamental 360”. Ed. LA CRUJIA. Buenos Aires, Argentina.

ELIZALDE, Luciano y RIORDA, Mario (2014). “Hacia dónde va la comunicación gubernamental en América Latina”. Más Poder Local volumen N°19.

GONZÁLEZ, María Fernanda (mayo-junio, 2017). “La «posverdad» en el plebiscito por la paz en Colombia”. Nueva Sociedad No 269, ISSN: 0251-3552, <www.nuso.org>. Recuperado de: http://nuso.org/media/articles/downloads/10.TC_Gonzalez_269.pdf

HERNANDEZ GUZMAN, M. Irma (2013). “Paginas en Facebook y Twitter de Norman Quijano, Oscar Ortiz y Will Salgado como candidatos a alcaldes durante la campaña electoral 2012 en Salvador” (tesis de maestría). Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, Antiguo Cuscatlán, El Salvador, C.A. Recuperado de: <http://www.uca.edu.sv/gescom/>

wp-content/uploads/2017/03/tesis20.pdf

TARULLO, María Raquel (marzo de 2015) “Las redes sociales en la comunicación de gobierno: una aproximación teórica” vol. 1, n° 7, año 4, pp. 89-104 ISSN 2250-8139. Recuperado de: <http://rihumso.unlam.edu.ar/index.php/humanidades/article/view/65/110>

URANGA, Washington (2005). “La comunicación es acción: Comunicar desde y en las prácticas sociales”. Buenos Aires.

LA INVESTIGACIÓN LATINOAMERICANA EN COMUNICACIÓN. UNA MIRADA EN TORNO AL ESTUDIO DE LA CULTURA POPULAR

Díaz, Emiliano

FCH - UNSL / emilianodiaz82@hotmail.com

Palabras claves: campo académico; producción cultural; trayectos socioculturales; mediaciones; sujetos

Introducción

El campo académico es un espacio socio-cultural específico, definido por prácticas sociales concretas, muchas de las cuales se expresan mediante discursos, donde puede reconocerse el conocimiento operante sobre los objetos de estudio: es decir, sobre otros conocimientos, discursos y prácticas sociales (Fuentes Navarro, 1992). Hacia comienzos de la década del ochenta, la investigación en comunicación en América Latina encontró como uno de sus problemas básicos de indagación la sociedad y la cultura. El área de análisis abocado a la comprensión de la relación entre medios de masas y cultura popular en el desarrollo de los sistemas culturales y sociopolíticos nacionales representó uno de los aportes de la investigación en la región (White, 1989).

El presente trabajo se propone interrogar la investigación en comunicación a partir del interés que concitó el estudio de las culturas populares durante los años ochenta.

Panorama

En este periodo histórico, caracterizado por la reconstrucción de la democracia en sudamérica, una importante cantidad de investigadores retornó a sus países de origen y se incorporó paulatinamente al ámbito universitario. En cuanto a la agenda académica, se inició el proceso de visibilización de un conjunto de temas al mismo tiempo que se examinó las complejas relaciones de América Latina con el fenómeno de la transnacionalización de la economía, la cultura y los dispositivos comunicacionales, enfocados por lo general desde la perspectiva concreta de la producción.

Los enfoques del análisis cultural de la comunicación y los medios recalcaron en los siguientes puntos:

- 1.- Se valoró la capacidad de las clases populares y de la cultura popular para resistir y reinterpretar las ideologías hegemónicas en términos de los intereses sociales de dichas clases. Entrelazado con esto, adquirió relevancia la memoria narrativa popular y colectiva, como el sustrato fértil de la cultura y la comunicación popular.
- 2.- En torno de la relación conflictual y muchas veces precaria que tiene América Latina con la modernidad, como bien señalara Aníbal Ford, se integró a los medios y lo moderno en una mezcla compleja con el pueblo, la memoria narrativa popular y los movimientos populares de oposición.
- 3.- Se recuperó, a través del estudio de su desarrollo histórico, el género popular por antonomasia de la televisión: la telenovela. En ese camino recobran espesor: la radionovela, las compañías teatrales y los circos nómadas, las novelas por entregas de los diarios en el ámbito urbano y las canciones narrativas al estilo de las epopeyas juglares en el ámbito rural.
- 4.- Se desplazó la preocupación desde el control de las fuerzas productivas hacia la significación cultural, el simbolismo y la identidad.

Problema

En este contexto quedaron al descubierto las limitaciones del paradigma informacional como modelo de comprensión dominante para explicar la comunicación en cuanto comportamiento colectivo y cotidiano. Si al modelo de los medios y los mensajes le faltó siempre un entramado coherente de conceptos capaz de deslindar con precisión el campo de problemas pertinentes, la comprensión ejercida desde la teoría de la información dejó fuera demasiados aspectos. En palabras de Jesús Martín-Barbero, “deja fuera el sentido social -político- de los procesos de comunicación al poner entre paréntesis las condiciones de producción y reproducción social del sentido. Deja fuera las relaciones de fuerza y de poder que

ahí actúan, y las luchas por la hegemonía en el terreno de los discursos que compiten por la ‘articulación’ del sentido de una sociedad” (1987, p. 11).

En el campo de los estudios de comunicación lo popular no sólo indicó lo que no cabe en el modelo dominante, posibilitó también un nuevo modo de pensar la investigación. A través del estudio de lo popular se pretendió abandonar la cofradía del comunicacionismo y la denuncia desplegada en los años setenta. De un lado, la comunicación era concebida como un en sí, comprensible desde sí misma. A ese talante se le agregaba un componente de denuncia que, al no poder articularse a lo específico de la comunicación, terminó asociado a lo genérico: la recuperación por el sistema y la manipulación. Así pues, la reubicación de los procesos de comunicación en el espacio de lo cultural hizo posible la ruptura con el inmanentismo comunicacional, permitiendo pensarla desde las *mediaciones* en que se constituyen los procesos de producción simbólica: instituciones, organizaciones, lenguajes, sujetos.

El redescubrimiento de lo popular permitió establecer el carácter político que atraviesa la trama misma de lo cultural y los conflictos que se articulan en torno a ello. Lo popular no puede entonces ser mencionado sin nombrar a la vez aquello que lo niega (la cultura *culta*) y frente a lo cual se afirma mediante una lucha desigual y con frecuencia ambigua. Por eso no sólo la cultura *culta* sino también la masiva miradas desde lo popular dejan en evidencia su carácter de cultura de clase. “La cultura popular no puede definirse en ningún sentido hoy, ni como aquella que producen, ni como la que consumen o de la que se alimentan las clases populares, por fuera de los procesos de dominación y las contradicciones y los conflictos que esa dominación moviliza” (Barbero, 1987, p. 11).

Antes de avanzar en esta dirección, conviene destacar que el campo de estudios de las teorías de la comunicación en América Latina adquirió desarrollo, para utilizar la expresión de Gustavo León Duarte, por el “efecto cruzado” (2001) de dos vertientes teóricas que resultaron eventualmente dominantes durante dos décadas: las del pensamiento instrumental de la investigación norteamericana y la del paradigma ideologista de la teoría social latinoamericana. Es recién a fines de los años setenta que nace el enfoque de los estudios culturales latinoamericanos, cuya génesis y procedencia se inscribe en las lecturas situadas que se realizaron de las investigaciones de la Escuela de Birmingham en Inglaterra. Este enfoque dio lugar a novedosas elaboraciones teóricas y aproximaciones metodológicas. Ello posibilitó configurar el estudio del rol activo de las audiencias y la capacidad de rechazar o negociar los mensajes hegemónicos de los medios.

En el interior de este enfoque, se halla la corriente

trabajada por Jesús Martín-Barbero en torno al uso social de los medios. Para Miguel Ángel Santagada, esta corriente vertebró los trayectos socioculturales, o sea, “la continuidad, inescindible para los estudios en comunicación, entre los campos culturales y los comunicacionales” (2000, p. 74). Los trayectos socioculturales plantearon revitalizar los estudios sobre la cultura popular insistiendo en descentrar el punto de vista propio y reconstruir la perspectiva de los sujetos que “habitan” las culturas populares. Para ello, la reconstrucción de la mirada de los sectores populares se advierte en por lo menos tres aspectos fundamentales: definir quiénes son los sujetos, caracterizar sus prácticas y comprender el cómo y el porqué de esas prácticas.

En 1987, con la publicación *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Jesús Martín-Barbero ordenó -merced a un conjunto de reflexiones y propuestas conceptuales- los lineamientos que venían orientando a los trayectos socioculturales. El objetivo de Barbero reconoció tres órdenes ingeniosamente articulados: el político, el cultural/comunicacional y el investigativo. A partir de este momento, se volvió a pensar la articulación comunicación y cultura desde una perspectiva radicalmente antimediacéntrica y antidualista. Las *mediaciones* posibilitan especificar y entender el funcionamiento de la hegemonía sobre la base de una mejor aprehensión de las prácticas de los sectores subalternos, determinadas no sólo a partir de las estructuras de dominación sino por otras instancias de la socialidad poco exploradas hasta ese entonces. De esta manera, la puesta en diálogo que suscitó algunas de las nociones aquí enunciadas en distintas investigaciones de la época abrieron el cauce hacia un espacio de exploración y de interrogaciones; una perspectiva desde la que se pudieron observar complejos procesos de significación teórica en paralelo a un progresivo y rotundo estado de transformación de las estructuras políticas en el continente.

A modo de conclusión

Partiendo de la impugnación crítica a la concepción instrumental de los medios como meros transportadores de contenidos, se pasó a concebir a los dispositivos técnicos como proveedores de una organización cultural que reconoce las potencialidades estructurantes de los mensajes. Asimismo, abandonar el estudio de los medios y desplazar la mirada hacia el estudio de las mediaciones supuso reconocer que los medios fueron encontrando un lugar compartido con otras instancias institucionales, técnicas y discursivas, en la producción de la cultura. Y fue además porque “ese lugar compartido hablaba del reconocimiento de la comunicación (y no de los medios) como un lugar estratégico tanto a nivel económico como simbólico para el diseño del orden social”. (Mata, 2006,

p. 61)

A su vez, la asunción del estudio de las mediaciones habilitó otros modos de comprender los procesos de producción colectiva de sentido en las sociedades postindustriales; modos que resplandecieron al mismo tiempo que se extinguía la cultura de masas y se definieron con las nociones de cultura mediática, cultura mediatizada, sociedades mediatizadas o sociedades en vías de mediatización. Más allá de las variantes que admiten estas nociones u otras de similares características, lo cierto es que aparece “la imposibilidad de pensar los procesos sociales con independencia de los medios técnicos de producción simbólica, en tanto son las prácticas las que se reconfiguran por la existencia de los medios” (Mata, 2006, pp. 61-62). Cabe aclarar que no todas las prácticas sociales se reconfiguran de la misma manera ni con igual ritmo en la sociedad, puesto que de resultar ello posible (cuestión que no se da efectivamente en la realidad) equivaldría a asumir que la mediatización se establece como la única matriz de estructuración capaz de explicar el funcionamiento de lo social.

Bibliografía

- Barbero, J. M. “Introducción” en AA.VV. (1987). *Comunicación y culturas populares en América Latina*. FELAFACS. México: Gustavo Gili.
- Ford, A (2001). *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Fuentes Navarro, R. (1992). “El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina”. *Diálogos de la Comunicación* N° 32.
- León Duarte, G. (2001). “Teorías e Investigación de la Comunicación en América Latina. Situación actual”. *Revista Ámbitos* N° 7-8.
- Mata, M. C. (2006). “La investigación en comunicación en la Argentina: deudas y desafíos”. *Revista Argentina de Comunicación-Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social* N° 1.
- Santagada, M. (2000). *De certezas e ilusiones. Trayectos latinoamericanos de investigación en comunicación*. Buenos Aires: Eudeba.
- White, R. (1989). “La teoría de la comunicación en América Latina. Una visión europea de sus contribuciones”. *Revista Telos* N° 19, 43-54.

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA: CONSTRUCCIÓN DELIBERATIVA DE DERECHO

Cinco Chávez, Daniela

FCC – UNC / demilii5@gmail.com

Fontana, Damián

FCC – UNC / damifontana@gmail.com

Palabras claves: democracia deliberativa; deliberación; plan de metas; sociedad civil; sistema político; opinión pública

Uno de los desafíos a los que se enfrenta la democracia es el de la coherencia en las decisiones colectivas basadas en la agregación de preferencias individuales. Frente a esto, Jürgen Habermas sostiene que para que las normas merezcan respeto por parte de sus destinatarios éstos deben ser a su vez sus autores, de modo que cada ciudadano pueda aceptarlas racionalmente. Con esta perspectiva, el autor desarrolla el modelo de construcción democrática de doble vía de la voluntad política.

Se trata de una idea procedimental de democracia, en la que los procedimientos de formación de la opinión pública y las demandas que nacen de los mismos se institucionalizan jurídicamente a través del sistema político. El autor considera necesaria esta “vinculación retroalimentativa del sistema político con las redes (para él) periféricas que representan los espacios públicos políticos” (Habermas, 2000, p.374). Es decir, que “la democracia debe tener fuerza centrípeta de modo que los ciudadanos puedan involucrarse en la deliberación política” (Cancino Gómez, 2009, p.169). La perspectiva deliberativa nos permite así, poner en el foco a la comunicación como una variable fundamental para pensar la democracia.

Consideramos que los procesos de diálogo que tuvieron lugar para la construcción de la Ordenanza 11.942 de Plan de Metas de Gobierno de la ciudad de Córdoba, pueden ser analizados a partir de este modelo. Estos procesos deliberativos fueron impulsados, en el año 2010, por la Red de Participación Ciudadana Nuestra Córdoba, promotora del proyecto de Ordenanza, y trabajado en conjunto con el Concejo Deliberante de la ciudad, dando lugar a espacios de diálogo tanto dentro, como fuera del Concejo. Las particularidades de cada uno de estos espacios implicaron distintas características en la manera en que se organizaron y desarrollaron los debates. Por lo

que consideramos que a través de su análisis es posible comprender en profundidad los procesos de diálogo implicados en la construcción conjunta de la Ordenanza, situándolos a su vez, en relación al ideal normativo de un intercambio dialógico.

Para tal fin, definimos como objetivos específicos de este trabajo:

- Caracterizar los actores involucrados y los espacios en los cuales interactuaron.
- Identificar las particularidades que las instancias deliberativas presentaron en cada uno de estos espacios.
- Analizar las disputas por los sentidos en las distintas instancias de deliberación en torno a la institucionalización del Plan de Metas de Gobierno.

El análisis de este caso no sólo pone de relieve el vínculo entre gobierno y ciudadanía para la construcción del derecho; sino que al tratarse de una iniciativa que surgió desde la sociedad civil, puede servir de ejemplo para nuevas propuestas de diálogo entre la ciudadanía y el sistema político. Examinando a fondo estos procesos de diálogo podemos dar cuenta de sus potencialidades y limitaciones, y de la importancia de la deliberación para la construcción de una sociedad más democrática. Ofreciendo también un esquema conceptual que posibilitará el análisis futuro de otras prácticas deliberativas.

Los procesos que analizamos se desarrollaron entre los años 2010 y 2011, por lo que en un primer momento realizamos una reconstrucción de los mismos a partir de entrevistas a los actores involucrados, y el análisis de documentos (notas de las reuniones elaboradas por la Red, versión taquigráfica de la votación en el Concejo, entre otros). A continuación analizamos las valoraciones de los distintos actores involucrados a partir de un esquema conceptual adaptado de la propuesta de J. Gastil (2008) para trabajar en torno de los procesos analíticos y sociales de la deliberación.

A partir de ello, identificamos que las formas en que se organizaron los espacios de diálogo favorecieron de distinta manera a la construcción de una sólida base de información acerca del tema tratado y a la consideración de distintos puntos de vista en relación al mismo. Además, destacamos la intervención de aspectos coyunturales que posibilitaron un mayor diálogo en el seno del Concejo, como lo fue la ausencia de una mayoría absoluta en el mismo y la fragmentación de frentes electorales que forzaban la construcción de consensos para la toma de decisiones. Sin embargo, observamos limitaciones cuando se trata del involucramiento de la sociedad civil en los procedimientos legislativos, particularmente en la mirada restrictiva sobre la participación ciudadana que

tienen los ediles. La predominancia de una concepción delegativa de la representación pone en tensión, en este caso, la construcción democrática de doble vía de la voluntad política.

De todos modos, consideramos que los procedimientos democráticos para la formulación de las ordenanzas, en el caso de la Ciudad de Córdoba, ofrecen posibilidades para el acercamiento de la sociedad civil y para el desarrollo de flujos de comunicación entre ésta y el sistema político, que no se estarían aprovechando. Aunque actualmente la participación de los ciudadanos en Comisión no resulte vinculante, es un paso importante para el fomento de instancias de diálogo entre sociedad civil y sistema político, y para la construcción de la legitimidad democrática de las decisiones colectivamente vinculantes.

Bibliografía

- CORTINA, A. (2009). La política deliberativa de Jürgen Habermas: virtualidades y límites. *Revista de Estudios Políticos*, Núm. 144, pp. 169-193.
- GASTIL, J. (2008). *Political Communication and Deliberation*. New York. Sage Publications.
- HABERMAS, J. (1990). *Pensamiento Postmetafísico*. Madrid. Taurus.
- HABERMAS, J. (2000). *Facticidad y Validez*. Madrid. Trotta.

LAS DÉCADAS DEL SESENTA Y SETENTA COMO ESCENARIO DE CONSTRUCCIÓN DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN: ACADEMIA Y PRODUCCIÓN CULTURAL COMO INSTANCIAS DE INTERVENCIÓN POLÍTICA.

Elorza, Ernesto

FCH - UNSL / ernestoelorza@gmail.com

Palabras claves: comunicación; campo; cultura; pensamiento; nacional; cátedras; crisis

Un abordaje posible del campo de la comunicación

Hemos tomado el libro de Rivera, solo como propuesta de entrada al campo. En relación al proceso de

configuración del campo, resulta relevante subrayar, en el sentido que lo hace el autor, que a fines de 1900 en Argentina existía una incorporación relativamente temprana de avances tecnológicos vinculados con la industria cultural y con la producción simbólica (cine, grabación de discos, radiotelefonía, etc), pero la reflexión teórica y la producción científica sobre aquella primera etapa fue acotada y con intermitencia.

De esta manera, el autor busca reseñar cómo la investigación en comunicación y cultura avanzó tensionada por la búsqueda de un objeto propio y la influencia y desarrollo de otras disciplinas, entre ellas, la sociología.

A partir de esta caracterización se puede explicar, entre otras razones, una matriz de producción científica dependiente que inspiró la necesidad de un pensamiento nacional.

En busca de un pensamiento nacional y contra la dependencia política, económica y cultural.

En el recorrido que propone el libro de Rivera, la iniciativa denominada Cátedras Nacionales, se inscribe como un intento de construir un espacio de debate y producción de conocimiento nacional, a la que deberíamos completar con la influencia de organismos internacionales y la existencia de las cátedras con una perspectiva marxistas (Díaz 2013).

Sobre las cátedras nacionales¹⁹⁰, debemos precisar, que fue una iniciativa creada en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA), entre los años 1962 y 1971. Esta experiencia se da en un contexto político social donde convivían la denominada “Revolución Argentina”, la proscripción del Peronismo, un período de aguda crisis económica, el plan de lucha de la CGT, el proceso de radicalización de algunas organizaciones políticas y procesos revolucionarios en la región como el cubano.

La propuesta tuvo el valor de propiciar la articulación académica de un pensamiento nacional en un contexto donde la reflexión teórica y la investigación estaba fuertemente influenciada por estudios norteamericanos, europeos y por la intervención de organismos internacionales en los procesos de investigación y programas de formación. Al mismo tiempo, promovió el acercamiento a la universidad de diversos sectores de trabajadores, así como de intelectuales y políticos que venían tanto de la tanto de la izquierda como del

190 Algunas de las referencias intelectuales y académicas que participaron en las Cátedras Nacionales fueron Amelia Podetti, Guillermina Garmendia, Horacio González, Alcira Argumedo, Justino O’Farrel, Gonzalo Cárdenas, Roberto Carri, Juan Carlos Portantiero, Juan Pablo Franco, Alejandro Álvarez, Guunar Olson, Ernesto Villanueva, entre otros pensadores y docentes.

nacionalismo y el catolicismo.

Para la socióloga Ghilini (2017),

“las Cátedras Nacionales fomentaron una relectura de la historia latinoamericana que señalaba la continuidad histórica de las luchas populares contra la dependencia, al mismo tiempo que reivindicaba una línea revisionista y nacionalista de la historia, representada en ciertos líderes políticos como San Martín, Rosas, Yrigoyen y Perón” (p. 245).

En el sentido de lo planteado, una de las fuentes teóricas necesarias para pensar este giro en la intervención político – cultural, es la teoría de la dependencia, junto con categorías como las de desarrollo y subdesarrollo, las cuales fueron determinantes en la producción no solo de la sociología, sino además en el campo de la comunicación.

La teoría de la dependencia fue una de las vertientes que permitió pensar la relación entre países industrializados y países en vías de desarrollo, relaciones que eran definidas a partir de la desigualdad económica, político y cultural.

Una experiencia vinculada al campo de la comunicación y la producción cultural y no ajena a las ciencias sociales, fue la intervención de la CIESPAL, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, dependiente de la UNESCO y fundada en 1959. La política de este centro nos permite identificar una arista más de un proceso que entendió la intervención en el sector universitario y en la formación de grado, posgrado y/o profesional, como necesaria para cualquier proceso de cambio o desarrollo en la región. Una de las propuestas con mayor presencia en las discusiones que promovía la CIESPAL fue la denominada comunicación para el desarrollo.

Retomando la experiencia de las Cátedras Nacionales, cabe señalar, que en el marco de este reconocimiento de la dependencia de los países latinoamericanos, dentro del grupo intelectual que integraba las cátedras se manifestó una división entre quienes ponían mayor énfasis en la capacidad de autonomía del pensamiento popular para interpretar los fenómenos nacionales, y por otro lado, quienes planteaban la recuperación del bagaje teórico y categorías vinculadas al marxismo, por ejemplo, la categoría de “clase social” o la de “contradicción principal” (Ghilini 2017).

Para Ghilini,

las Cátedras Nacionales emergieron como parte del proceso de politización de los años sesenta – centrado en el compromiso del intelectual con los

sectores populares- generaron un proyecto político y académico alternativo que disputó la orientación disciplinar y la dirección de la carrera de sociología. Este logró institucionalizarse por un breve período e intentó consolidar una nueva tradición en la disciplina, la denominada “sociología nacional”, lo cual dio lugar a álgidos debates tanto el plano teórico como político e ideológico habiendo encontrado su principal fuente de legitimación en el movimiento estudiantil y en sectores no universitarios vinculados a través de la militancia en diferentes agrupaciones peronistas (p. 249).

Resulta necesario referir, que este proceso de politización en el escenario académico, estuvo acompañado por un boom editorial que tuvo como protagonistas a revistas tales como *Antropología 3er. Mundo* (ATM), *Envido*, *Cuadernos de Cultura*, *Contorno* y *Pasado y Presente*, entre otras producciones escritas que sirvieron como escenario de debate para la política, la cultura y la comunicación.

La experiencia de las Cátedras Nacionales se enfrentó a la censura de la dictadura militar y más concretamente a la intervención de las Universidades Nacionales pudiendo permanecer en escena hasta comienzo de los años setenta, donde la intervención en la UBA se agudiza.

A modo de cierre: una proyección de estudio

Sobre la propuesta de construir un pensamiento nacional para la intervención política y su alcance en el campo de la comunicación y la producción cultural, podríamos presentar dos ejes como proyección de estudio y debate:

En primer lugar, un debate necesario desde nuestra perspectiva, es poner en consideración no sólo el potencial, sino por otra parte la limitación de una propuesta académico-intelectual-política, como el de las Cátedras Nacionales, haciendo una lectura de la matriz ideológica fundante y el horizonte estratégico que configuraban el Peronismo en ese contexto. La existencia de las cátedras nacionales estuvo atravesada por el debate al interior del Peronismo sobre su intervención cuando era oposición y resistencia en la escena política, y cuando era parte del gobierno.

En segundo lugar, y referido al campo de la comunicación, sin desconocer la influencia de la sociología en nuestro campo, es relevante la indagación sobre experiencias posteriores a las Cátedras Nacionales, como fue el seminario de Héctor Schmucler, “Introducción a los Medios masivos de comunicación” en la Universidad Nacional de la Plata en el año 1973. Schmucler, distanciándose de las Catedras Nacionales en una entrevista (1994), caracterizaba aquella asignatura de la carrera de Letras, de la siguiente manera:

Eramos la gente que venía del marxismo hacia cierta

simpatía por el peronismo y sobre todo por el peronismo revolucionario de la época. Nuestra impronta era marxista, entendíamos al peronismo desde el marxismo, no al revés. Quiero decir, el populismo, en el sentido de la vertiente nacional-popular, estaba en conflicto con nosotros (p. 6).

De esta manera pretendemos reconocer, a partir de esta experiencia y otras, el rol que tuvieron, el pensamiento nacional, los enfoques críticos y especialmente el marxismo, en nuestro campo y fundamentalmente en la perspectiva de concebir a la producción cultural como forma de intervención política sobre la sociedad.

Bibliografía

- Barranquero, A. (2011). Latinoamericanizar los estudios de comunicación. De la dialéctica centro-periferia al diálogo interregional. En *Razón y Palabra*, núm. 75.
- Crovi Druetta, D. (2003). Aportes latinoamericanos al estudios de comunicación. Recuperado de: <http://quijote.biblio.iteso.mx/catia/CONEICC/cat.aspx?cmn=browse&id=1347>.
- Díaz, A. (2013). Pasado y presente. En *Ideas de izquierda*, núm. 6.
- Ghilini Anabela (2017) La Sociología Argentina en los años sesenta: Las Cátedras Nacionales, proyección editorial y circulación de ideas. En, Trabajo y Sociedad Sociología del trabajo- Estudios culturales- Narrativas sociológicas y literarias, núm 28. Recuperado de: www.unse.edu.ar/trabajosociedad
- Rivera, J. (1987). La investigación en comunicación social en la Argentina. Buenos Aires: Punto Sur.
- Mangone, C., Méndez, S. y Mestra, M. (1994). Entrevista a Hector Schmucler. Estudios de comunicación en América Latina: del desarrollo a la recepción. En *Causa y azares*, núm 1.

Por amor al arte

Preguntarnos por el arte y su dimensión política nos impone como mínimo una referencia histórica sobre el nacimiento y persistencia de la Estética como instancia conceptual propia de la modernidad europea. Si bien el arte no fue su objeto exclusivo, él y las formas de sensibilidad asociadas parecen vincularse de manera estrecha con la lucha de la clase media en pos de conquistar su hegemonía política.

“La construcción de la noción moderna del artefacto estético (...) no se puede desligar de la construcción de las formas ideológicas dominantes de la sociedad de clases moderna, así como, en realidad, de toda una nueva forma de subjetividad humana apropiada a todo ese orden social”. (Eagleton: 53)

Pero la afirmación casi evidente no debería eclipsar la complejidad de la cuestión, ya que si bien lo estético puede analizarse en relación con una burguesía naciente que aspira a conceptualizar y sistematizar sus valores, creencias y disposiciones, la Estética será también arena de disputas y terreno fértil para diversas formas de resistencia.

“Lo estético es a la vez (...) el modelo secreto de la subjetividad humana en la temprana sociedad capitalista, y una visión radical de las energías humanas, entendidas como fines en sí mismos, que se torna en el implacable enemigo de todo pensamiento de dominación o instrumental; lo estético constituye tanto una vuelta creativa a la corporalidad como la inscripción en ese cuerpo de una ley sutilmente opresiva; representa, por un lado, un interés liberador por la particularidad concreta; por otro, una forma engañosa de universalismo.” (Eagleton: 60)

Tampoco deberíamos reducir lo estético a una mera serie de funciones ideológicas de la burguesía en proceso de consolidación, puesto que las discusiones que la Ilustración impulsa en torno a esta cuestión no constituyen una discontinuidad absoluta respecto de temas que fueron propios del Renacimiento e incluso más remotos. Aunque tampoco deberíamos obviar particularidades que parecen inseparables de problemas propios del poder absolutista.

Inspirados en Eliseo Verón podríamos aventurar como hipótesis muy general, la posibilidad de encontrar huellas de las condiciones sociales de producción en las concepciones y expresiones propias del ámbito estético, entendiéndolo como un dispositivo conceptual mediador entre los cuerpos, el poder estatal, los modos de producción y los conflictos entre las clases sociales.

POR AMOR AL ARTE. DISPOSICIONES ESTÉTICAS Y PODER

Druetta, Santiago

FCC - UNC/ santiagodruetta@gmail.com

Palabras claves: arte; estética; persuasión; poder; política

(Eagleton: 2006)

La referencia fundante de la disciplina estética es la obra de Alexander Baumgarten: “Aestetica”; editada en la segunda mitad del siglo XVIII y donde se la postula como una *gnoseología de la sensibilidad y de las artes liberales*.

Dualidad que se funda en el propósito inicial del autor de extender la reflexión sobre el conocimiento desde el pensamiento puro -el cogito cartesiano- hacia esa “capacidad cognitiva inferior” que consiste en el conocimiento pero también en sus manifestaciones sensibles. Y si bien en la obra ellas aparecen limitadas a la Retórica y a la Poética, paulatinamente se extiende hacia el conjunto de las bellas artes, en tanto que *toda representación bella sería expresión de la perfección sensible*.

En esa relación de conocimiento/expresión, Baumgarten da cuenta de lo que llama “*facultas charactristica*” (noción tomada de Leibniz) que sería la facultad humana de representar cosas mediante signos y, por esta vía la Estética, como *ciencia del conocimiento sensible*, deviene un conocimiento filológico que extiende su incumbencia a todas las “artes liberales”, que Baumgarten entiende como aquellos saberes y prácticas que no respondían a una necesidad vital, exigencia laboral o función política.

Algo adelanta aquí el requisito Kantiano de “desinterés del arte” pero el enfoque de Baumgarten se orienta en el sentido del extender los límites del conocimiento al tomar la belleza como garantía de perfección y como verdad por lo tanto. El proyecto de Baumgarten

“...pretendía abrir en el sistema racional del saber definido por Leibniz y Wolff un espacio epistemológico nuevo mediante la formulación de una nueva filosofía ‘orgánica’, complementaria de la Lógica, que, sin abandonar el marco categorial del pensamiento racionalista vigente, proporcionase una explicación específica del conocimiento sensible capaz de iluminar y fundamentar al mismo tiempo todo el heterogéneo conjunto de saberes y prácticas culturales de carácter humanístico y artístico, que, sustraídas al modelo de conocimiento científico-matemático impuesto en el siglo XVII, se hallaban, no obstante, en creciente desarrollo y transformación sociocultural.”
(Hernández :3 y 4)

Lo que intentamos señalar aquí es la irrupción, en el siglo XVIII, de un intento de formalizar ese conocimiento, “inferior” respecto de la Razón ilustrada, para comprenderlo desde la propia razón a la que se muestra tan esquivo.

En estos términos Baumgarten toma como punto de partida esa facultad humana “superior”, *la razón*, que mediante sus expresiones nos permite un conocimiento intelectual, es decir claro y analítico de las relaciones que se establecen entre las cosas; desde la que el autor pretende abordar a la otra facultad humana “inferior”: *los sentidos*, que también nos permiten conocer las relaciones que se establecen entre las cosas del mundo; aunque no se trate de un conocimiento claro y analítico, sino de *sensaciones*.

En este conocimiento inferior *la verdad no se contrasta con la coherencia lógica o la experimentación sino por la belleza* que en el arte se pone de manifiesto por la perfección; es decir, la correcta relación entre los elementos. Nada menos que el acceso a la verdad por vía sensible, asumiendo una correspondencia unívoca entre la sensibilidad estética como un atributo universal humano y lo verdadero como juicio positivo y también universal.

Esto podría metaforizarse como una *expansión colonial de la Razón ilustrada* tratando de poner bajo su órbita el poderoso y salvaje territorio de la sensibilidad. Pero sin necesidad de aceptar la correspondencia universal entre belleza y verdad, la idea nos invita a pensar en la disposición a juzgar y actuar a partir del gusto (o del disgusto) que “espontáneamente” otorga (o niega) sustento a los juicios que se comparten (o se confrontan).

Y al decir comparten y confrontan se alude de manera directa a esa dialéctica de la estructuración de los grupos y las subjetividades, en términos de reconocimiento y oposición. Grupos que se constituyen como tales en virtud de esas preferencias y disposiciones prerreflexivas que ellos definen y por medio de las cuales se definen sus miembros como subjetividades diferenciales.

Estos sistemas de juicios compartidos operan entonces como “teorías de sentido común” que tienden a plasmarse en una amalgama inestable de principios éticos, gnoseologías y preferencias formales que, a juicio de la sensibilidad, se enlazan de manera autoevidentes.

Lo político entonces, más allá de cualquier metáfora, se juega en una dialéctica de identificación y diferenciación en trono a ciertos principios de verdad, justicia y belleza (aceptabilidad prerreflexiva) que cada grupo (siempre inestable) sistematiza también de manera inestable, postulando leyes que a menudo reclaman su validez *universal* como expresiones propias de la esencia humana. Esto, claro, al precio de soslayar que no son más (ni menos) que modos *particulares* de adecuación entre ciertas formalizaciones y ciertas estructuras perceptivas y valorativas de carácter histórico y relacional.

El profundo poder de las leyes que emanan del gusto, residen en que se vivencian como expresiones subjetivas, genuinamente propias y que a menudo ni siquiera se formulan como preceptos sino más bien como una

inclinación “naturales” a hacer o a evitar algo. Leyes que regulan nuestros actos bajo amenaza de una sanción que radica en la mirada ajena como vergüenza o en la propia como culpa. Y por tanto, más férrea e ineludible que la ley del estado.

La batalla política en este espacio específico es una batalla por la estetización del poder. Por la transformación de lo que está mandado en lo que es deseado. En trocar deber por gusto se juega la lucha por la hegemonía. Pero también, como se señala en la primeras líneas de este texto, allí también se juegan las mejores cartas de la resistencia y la contrahegemonía.

Bibliografía

- Alonso L.**; (2005) La era del consumo. Siglo XXI, España
- Baxandal M.**; (1978) Pintura y vida cotidiana en el Renacimiento. Gustavo Gili. España.
- Bourdieu P.**; (1990) “Espacio social y génesis de clase” en *Sociología y cultura*. Grijalbo, Mex.
- Bourdieu P.**; (1977) “La construcción de la creencia. Contribución a una economía de los bienes simbólicos” en *Creencia artística y bienes simbólicos*. Pierre Bourdieu (2003) Ed. Aurelia Rivera Bs.As.
- Bourdieu** (1991) El sentido práctico. Taurus. Madrid.
- Bourdieu P.**; (1998) La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto. Taurus España
- Eagleton T.**; (2006) La estética como ideología. Trotta, España.
- Getino O.**; (2005) “Las industrias culturales como concepto” en *Observatorio. Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires*. N° 3 (pp. 33-39)
- Hernandez M.**; (s/d) Teoría de la sensibilidad, Teoría de las Humanidades. . Biblioteca Saavedra Fajardo del pensamiento político hispánico. <http://www.saavedrafajardo.org/Archivos/trabajos/TRAB003-MHM.pdf> Descargado el 23-06-18
- Perrenou M. y Bois G.** (2017) Artistes ordinaires: du paradoxe au paradigme? En *Biens symboliques* N° 1. Presses Universitaires de Vincennes. France.
- Rojas Zabala C.** (2009); Tragedia y Política: una mirada a la democracia a través de las tragedias del Siglo V ateniense en “Historias del Orbis Terrarum”. Descargado el 20/02/18 desde: https://historiasdelorbisterrarum.wordpress.com/2009/07/17/tragedia-y-politica-una-mirada-a-la-democracia-a-traves-de-las-tragedias-del-siglo-v-ateniense/#_ftn1
- Sabeckis C.**; (2015) El videoarte y su relación con las vanguardias históricas y cinematográficas en “Cuadernos del centro de estudios de diseño y comunicación. N° 52. Universidad de Palermo. Bs. As. Descargado el 20/02/18 desde: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=10562&id_libro=510.

ECONOMÍA DE LA TRANSPARENCIA: LA AGENDA AMBIENTAL EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Emaides, Ana

UNC / anaemaides@msn.com

Salerno, María Liliana

UNC – UNVM / marialilianasalerno@yahoo.com.ar

Balussi, Juan

UNC – UNVM / juanbalussi@yahoo.com.ar

Paredes, María Daniela

UNC / paredesdaniela@yahoo.com

Rodríguez, Graciela

UNC / grodriguez2_ead@yahoo.com.ar -(UNC)

Truccone, Marianela

UNVM / marianelatruccone@gmail.com

Trevisanato, Regina

UNVM / regitrevisanato@hotmail.com.ar

Ponsella, Carlos

UNC / carponse@hotmail.com

Papaterra, Fernando

UNVM / fernandopapaterra@gmail.com-

Weissbein, Guillermo Federico

UNC / weissbein@gmail.com

Palabras claves: economía; transparencia; información, medio ambiente, medios de comunicación

La problemática ambiental, especialmente la relacionada a la economía ambiental suele estar ausente en los medios de comunicación. Incluso, no suele ser un tema central, ni aún secundario, en el discurso de las campañas electorales. De lo que no hay duda tanto para quienes estén muy bien informados como para los que no, el tema ambiental es un tema que debe ser abordado por las políticas públicas desde lo nacional, provincial y la gestión municipal.

En Argentina, la Ley de acceso a la información pública afirma que es ley la transparencia y máxima divulgación de

toda la información en poder, custodia o bajo control del sujeto obligado debe ser accesible para todas las personas, además, las reglas de procedimiento para acceder a la información deben facilitar el ejercicio del derecho y su inobservancia no podrá constituir un obstáculo para ello. Y que la información debe publicarse de forma completa, con el mayor nivel de desagregación posible y por la mayor cantidad de medios disponibles, la información debe ser accesible en formatos electrónicos abiertos, que faciliten su procesamiento por medios automáticos que permitan su reutilización o su redistribución por parte de terceros y la información debe ser publicada con la máxima celeridad y en tiempos compatibles con la preservación de su valor y ser gratuito su acceso.

Por otro lado, la ley indica que el derecho de acceso a la información pública comprende la posibilidad de buscar, acceder, solicitar, recibir, copiar, analizar, reprocesar, reutilizar y redistribuir libremente la información bajo custodia de los sujetos obligados.

Pero, ¿qué se entiende por información pública? Entendemos por información pública todo tipo de dato contenido en documentos de cualquier formato que los sujetos generen, obtengan, transformen, controlen o custodien.

La misma Ley indica quienes son sujetos obligados a brindar información pública.

Además, la ley se refiere expresamente de Transparencia Activa cuando al mencionar a los sujetos obligados que deberán facilitar la búsqueda y el acceso a la información pública a través de su página oficial de la red informática, de una manera clara, estructurada y entendible para los interesados y procurando remover toda barrera que obstaculice o dificulte su reutilización por parte de terceros.

La información se ha convertido en una fuerza productiva, un componente de la economía tan esencial como las materias primas, la energía o la mano de obra. La información es mercancía. En tanto que la información es la base de las decisiones económicas —de los gobiernos, instituciones, empresas y consumidores— su acceso se convierte en algo fundamental. Mayor será la necesidad de información conforme la economía incorpore más y más elementos tecnológicos, mientras más dependa del conocimiento y mientras más se mundializa.

El acceso a la información no es sólo un derecho de los ciudadanos, sino que debe ser un componente del desarrollo en la economía del conocimiento. Es indiscutible el papel cada vez más importante de la información, de su acceso y en general, del papel de la transparencia, en el funcionamiento del mundo de las empresas, del mercado y del Gobierno.

La reflexión de Amartya Sen sobre las libertades, la

desigualdad y el desarrollo puso a las claras, por primera vez, la conexión profunda entre información y ausencia de hambrunas, o dicho de otro modo: el nexo entre disponibilidad de información y el funcionamiento económico y político en situaciones extremas en sus palabras "... de los hechos relevantes en la terrible historia social del mundo, es que ninguna verdadera hambruna se ha dado jamás en aquellos países con forma democrática de gobierno; y/o con una oposición fuerte e influyente; y/o con acceso libre a la información; y/o prensa relativamente libre."(1998).

Y ha afirmado que la razón por la que el mundo sigue padeciendo hambrunas no es la escasez de alimentos, ni la falta de asistencia internacional, sino los sistemas de gobierno autoritarios, tribales, coloniales o tecnocráticos, que pueden ocultar, censurar o negar la información sin ser desafiados o contestados. Por eso, Sen concluye:

Los papeles informativos de la democracia constituyen una salvaguarda a las situaciones moralmente inaceptables... las hambrunas son el ejemplo más claro, incluso en países donde los Estados son débiles o están poco consolidados; pero la condición de una circulación libre de información puede aplicarse a una clase mucho mayor de problemas que la mera prevención de las hambrunas (2003).

Además, el concepto de transparencia también se traslada al de transparencia política y su contrario o concepto opuesto, la corrupción política; y hay transparencia cuando las resoluciones legislativas y de gobierno están claras y accesibles al público y al periodismo, si se combate la corrupción, explicando las decisiones y circunstancias, y hasta cuando se admiten errores.

La transparencia puede permitirle a la comunidad no solo acceder a la información mas o menos cerrada de la administración, sino en cómo quienes deciden podrían mejorar sus percepciones y resoluciones con la inteligencia colectiva, una sinergia mucho más preclara que la de unos pocos.

Nos preguntamos ¿en qué medida los medios de comunicación funcionan como mediadores poniendo a disposición de los oyentes o lectores la información sobre temas ambientales? ¿en qué medida se cumple la Ley de acceso a la información pública respecto a estos temas? ¿es transparente el acceso a la información de las prácticas nocivas respecto al medio ambiente?

Bibliografía

- Chandler, A. D. Jr y James W. (2001). *Cortada "Una Nación Transformada por la Información"*. Oxford University Press.
- Guichot, E. (coord.). (2004). *Transparencia, acceso a la información pública y buen gobiern*. Editorial: Tecnos.
- Molina, J. (2016). *Por qué la transparencia*. Editorial

Aranzadi. Pamplona. España. Edición número: 2ª ed.
Nápoli A. (2014). *LA AGENDA AMBIENTAL EN EL NUEVO GOBIERNO*.

Ortiz Mena, A. (2014). *El Desarrollo Estabilizador: reflexiones sobre una época*.

Quintana E. (2008). "Economía Política de la Transparencia". Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI)

Sen, A. (2003). *Sobre Ética y Economía*. Alianza Editorial.

Stiglitz J. *Information and the change in the paradigm in Economics*. Columbia Business School.

Vieyra, J.C. y Masson M. *Gobernanza con transparencia en tiempos de abundancia: Experiencias de las industrias extractivas en América Latina y el Caribe* Editores. BID.

Nueva Ley de acceso a la información pública <https://www.argentina.gob.ar/accesoalainformacion/nuevaley>

través de acciones novedosas, sumado el uso innovador de las redes sociales e internet.

El discurso se dirige a un ciudadano promedio, al que se lo interpela para participar con el fin de contribuir a un bien común. El espacio público de la ciudad es importante, porque constituye el escenario donde se ejecutan las acciones y se convoca a la gente. Siendo atractivo particularmente para los jóvenes.

Clarifica bien esta situación el eslogan *gente distinta un futuro diferente*. La idea de "futuro" evoca a una situación a la que se quiere llegar, partiendo de un presente al que se debe cambiar. Apela la necesidad de sumarse para modificar la situación como ciudadano. A su vez, se construyen lazos solidarios entre las personas que participan en tales acciones.

Tal como dice Castells en *Redes de indignación y esperanza: compartiendo dolor y esperanza en el espacio público de la red, conectándose entre sí e imaginando proyectos de distintos orígenes [...]* de modo que la gente comienza a gestar nuevas formas de participación.

Se rescatará de este autor el concepto de Sociedad Red y el análisis de los procesos de surgimiento de los movimientos sociales. Aunque pondremos en tensión con la tesis de Castells que afirma que estos movimientos tienden a desaparecer.

Analizaremos las distintas redes sociales de Ciudad Futura y el discurso con el que interpela a los ciudadanos. La imagen que brinda de sí mismo este espacio y las estrategias para generar convocatoria y adhesión por parte de las personas.

Las formas de participación ciudadana ya no son las tradicionales aunque sigue latente el deseo de cambiar un estado de situaciones consideradas injustas. Aquí la innovación en comunicación cumple un rol fundamental

EL INVOLUCRAMIENTO DE JÓVENES CIUDADANOS EN POLÍTICA: INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD EN LA COMUNICACIÓN. CASO A ANALIZAR: CIUDAD FUTURA

Espídola, José

FCC- UNC / jmeconsultor@gmail.com

Gutiérrez, Agustín

FCC - UNC / gutierrezagustin205@gmail.com

Palabras claves: participación ciudadana; discurso; sociedad red; espacio público; comunicación

Actualmente, estamos ante la aparición de nuevos espacios de ciudadanos. Los cuales no presentan los rasgos de los partidos políticos tradicionales, utilizan la innovación y la creatividad como características sobresalientes para la comunicación de sus ideas y actividades.

Para ejemplificar de la forma más clara posible este fenómeno, abordaremos el caso de Ciudad Futura. Espacio político que surge en la ciudad de Rosario en el año 2015 teniendo su primera incursión electoral en ese año obteniendo 3 bancas de concejales.

A partir de este ejemplo profundizaremos en el análisis de las intervenciones realizadas en el espacio público a

Bibliografía

Castells, Manuel (2012) *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.

LA AGENDA DE LA PRENSA GRÁFICA ARGENTINA A TRAVÉS DE SUS PORTADAS

Gómez, Yamila

FCEyCS / USAL y.gomez@usal.edu.ar

Soto, Raquel

FCEyCS - USAL / raquel.soto@usal.edu.ar

Palabras claves: prensa gráfica; agenda setting; noticiabilidad

Presentación

Lejos de ser solo una formulación teórica, la teoría de la agenda setting permite observar empíricamente cómo los medios de comunicación jerarquizan temáticas, relacionando su contenido con el contexto social y político, apreciando criterios de noticiabilidad, construcción de noticias y tratamiento de coyuntura. La investigación realizada en el Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Educación y la Comunicación Social de la Universidad del Salvador, “*Continuidades y rupturas en la agenda setting de la prensa gráfica argentina*”, abordó la agenda de los medios entendida como los asuntos o tópicos de cobertura periodística de los principales diarios del país, contribuyendo al análisis crítico del campo de la comunicación en un contexto de redefiniciones y adaptación a un entorno dinámico. El problema de investigación planteado se sintetizó en el siguiente interrogante: ¿qué continuidades y rupturas presenta la agenda de la prensa gráfica argentina a través de sus noticias de tapa? Para ello se propuso como objeto de estudio el análisis de las portadas de los principales diarios nacionales con diferentes perfiles editoriales: Clarín, La Nación y Página 12 durante un año.

Concretamente, la investigación abordó las continuidades y rupturas que presenta la agenda de la prensa gráfica argentina a través de sus noticias principales, por lo cual se seleccionaron como unidades de análisis las portadas de diarios Clarín, La Nación y Página 12 durante un año (Marzo 2017 a Febrero 2018). Mediante el registro cualitativo y cuantitativo del contenido, se realizó un análisis apreciando cambios y permanencias en la agenda mediática, identificando así las categorías temáticas noticiosas que adquieren un carácter perdurable, los tópicos que introducen rupturas, los criterios de noticiabilidad así como comparar los diarios observando

similitudes y diferencias en su línea editorial.

El diseño de la investigación

En base a la perspectiva teórica de la agenda setting se analizó la agenda de los principales medios informativos gráficos observando durante un año los tópicos de cobertura periodística que presentan las tapas de esos tres diarios nacionales. Así, el objetivo central de la investigación fue *describir continuidades y rupturas temáticas de la prensa gráfica argentina mediante el análisis cuantitativo del contenido de las tapas de Clarín, La Nación y Página 12, desde Marzo de 2017 a Febrero de 2018*. Se decidió trabajar con las portadas y no el diario completo por dos motivos: 1) para enriquecer el corpus incorporando tres diarios, lo que permite la comparación entre los mismos, y 2) para centrar la labor de investigación en aquellas temáticas y sucesos clasificados como relevantes, en tanto figuran en tapa, por los mismos medios.

Si bien en esta ponencia sólo se expondrá lo relativo a los tópicos que presentan continuidades y rupturas en la agenda, cabe mencionar que la totalidad del análisis y los objetivos secundarios incluyeron: a) identificar las categorías temáticas noticiosas que adquieren un carácter perdurable en la prensa gráfica; b) dar cuenta de los tópicos que introducen rupturas; c) comparar la agenda temática y framing de los diarios observando similitudes y diferencias en su línea editorial; d) determinar a partir de indicadores la relevancia, los criterios de noticiabilidad; e) describir los cambios y permanencias en la agenda temática en un año electoral; f) contribuir al análisis crítico del campo de la comunicación que permita identificar y analizar tendencias en el alcance temático del periodismo y las especializaciones profesionales preferenciales vigentes.

El corpus final estuvo compuesto por 1033 portadas, de las cuales a su vez se registraron 10048 noticias correspondientes a 9372 temas. Con este corpus se procedió a un análisis general de las portadas a los fines de observar la agenda mediática, para luego analizar el encuadre y criterios noticiosos a partir de las dos noticias más relevantes. Este segundo corpus estuvo compuesto por 2184 noticias, la mitad de las cuales fue la noticia principal de la portada y la otra mitad correspondió a la siguiente noticia destacada.

A su vez, para el correcto tratamiento de los datos se elaboró un libro de códigos y se confeccionaron dos matrices de datos. Una matriz incluyó variables generales de la portada, mientras que la otra fue específica de las dos noticias principales de cada tapa. Las matrices incluyeron las siguientes variables:

a) Matriz general

- Diario
- Fecha
- Imágenes en tapa
- Total de noticias
- Noticias internacionales
- Noticias nacionales
- Noticias sobre política
- Noticias sobre economía
- Noticias sobre seguridad/policiales
- Noticias sobre aspectos sociales
- Noticias sobre deportes
- Noticias sobre espectáculos
- Noticias sobre cultura
- Noticias sobre otros tópicos

b) Matriz de las dos noticias principales

- Noticia/Titular
- Fecha
- Diario
- Tamaño
- Anclaje visual
- Suceso de la noticia
- Tópico principal
- Tópico secundario
- Actor protagonista

Principales conclusiones alcanzadas

En el relevamiento realizado se observaron claramente las continuidades y rupturas en la agenda de los principales medios gráficos informativos de Argentina, considerando las portadas de los diarios Clarín, La Nación y Página 12 de Marzo 2017 a Febrero 2018.

Se observó una agenda predominantemente local pero con inclusión en portada de noticias internacionales de forma constante. Además, se identificó a la política como tópico temático preponderante con presencia constante en las portadas de los medios informativos analizados. Cabe incluso destacar que la irrupción de otros tópicos (como las noticias judiciales) no disminuyen la presencia de titulares sobre política, lo que da cuenta de la relevancia de este último tópico dentro de la agenda mediática. Asimismo se identificaron otros tópicos que presentan constancia en la tematización de los diarios analizados: economía, sociedad, deportes, sociedad civil, seguridad e internacionales. En este sentido, debe observarse que los acontecimientos que irrumpen en la agenda mediática como sucesos noticiosos lo harían desplazando a otros acontecimientos de igual tematización, dando cuenta de la constancia de estos tópicos. Esto a su vez se reafirma al observar la preponderancia de noticias seriadas en carácter de titular principal (siendo Página 12 el periódico que más noticias seriadas coloca como titular central de su portada).

Por otra parte se observó que las noticias judiciales, de

educación y de cultura se presentaron como tópicos con momentos de mayor visibilidad, produciendo discontinuidades en una agenda mediática donde predomina la constancia temática. Ahora bien, cabe también mencionar que los casos judiciales fueron principalmente relacionados con la esfera de la política, reforzando aún más la primacía de este tema en las portadas de los medios gráficos analizados.

Respecto de las variaciones de cada medio, se destaca la mayor presencia de noticias sobre gobierno en La Nación, mientras que las notas de editorial político tienen preponderancia tanto en Página 12 como en Clarín. Asimismo Página 12 tuvo menos titulares sobre la oposición (lo que debe ponerse en juego junto con fuerte inclusión de editoriales), mientras que Clarín y La Nación ocuparon proporcionalmente más titulares en temas de corrupción política. Finalmente, en el caso de Clarín la ruptura en la agenda está dada por temas de sociedad e internacionales, mientras que La Nación y Página 12 muestran este comportamiento en la inclusión de noticias judiciales.

Como cierre final, y a partir de estos datos de la primera parte del relevamiento realizado, debe destacarse el carácter continuista de la agenda de la prensa gráfica cristalizada en sus portadas, observándose que - salvo casos excepcionales en general vinculados con la política - en la misma se sostienen en el tiempo los mismos temas o tópicos con similar presencia, aun cuando cambien los sucesos noticiosos que dan contenido específico a dichos temas.-

Bibliografía

- Aruguete, N. (2009). "Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting." *Ecós de la comunicación*, Vol. 2, n. 2.
- Aruguete, N. (2011). "Framing. La perspectiva de las noticias." *La Trama de la Comunicación*, Volumen 15.
- Aruguete, N. (2015) El poder de la agenda: política, medios y público. Buenos Aires: Biblos.
- Berger, P.y Luckmann, T. (2006). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Casermeyro de Pereson, A.; De la Torre, L. y Téramo, M. (2009). *Buenos Aires elige presidente: un estudio en el marco de la teoría de la agencia setting*. Buenos Aires: Educa.
- Jofré, J. L. (2007). "Teoría de la discursividad social. La constitución del campo y los desplazamientos epistemológicos." *Fundamentos en Humanidades*, vol. VIII, núm. 16.
- Cohen, B. (1963), *The press and foreign policy*. Princeton, NJ, Princeton University Press.
- D Adamo, O., García Beaudoux, V. y Freidenberg, F. (2007). *Métodos para la investigación de los medios y la opinión pública*. En *Medios de comunicación y opinión pública*. Madrid: McGraw-Hill.
- Goffman, E. (2006). *Frame analysis. Los marcos de la*

experiencia. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Jofré, J. L. (2007). "Teoría de la discursividad social. La constitución del campo y los desplazamientos epistemológicos." *Fundamentos en Humanidades*, vol. VIII, núm. 16.

Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Langre.

López Escobar, E. y Llamas, J. (1996). "Agenda-setting: investigaciones sobre el primero y el segundo nivel." *Communication & Society* 9.

Mattelart, A, y Mattelart, M. (2007). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós.

McCombs, M. (2004). *Estableciendo la agenda*. Buenos Aires: Paidós.

Meyer Rodríguez, J. A. (2009). "Establecimiento de agendas en medios de comunicación: Repercusiones del escándalo mediático Marín-Nacif-Cacho". *Revista Latina de Comunicación Social*, Vol. 12.

McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Meyer Rodríguez, J. A. (2009). "Establecimiento de agendas en medios de comunicación: Repercusiones del escándalo mediático Marín-Nacif-Cacho". *Revista Latina de Comunicación Social*, Vol. 12.

Oszlak, Oscar (2011). "El rol del estado: micro, meso, macro." Conferencia dictada en el VI Congreso de Administración Pública organizado por la Asociación Argentina de Estudios de Administración Pública y la Asociación de Administradores Gubernamentales, Resistencia, Chaco

Monzón, C. (2006). *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid: Tecnos.

Petrone, Facundo (2009). Estudio de agenda setting: Conceptos, metodología y bordajes posibles. V Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Raiter, A. (2001). *Representaciones Sociales*. Buenos Aires: Eudeba.

Raiter, A. y J. Zullo (2008). *La caja de Pandora*. Buenos Aires: La Crujía.

Sábada, T. (2007) Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo medios. Buenos Aires: La Crujía.

Sábada, T. (2001). Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (framing) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 1.

Santillán Buelna, J. R. (2012). "Comunicación y representación política." *Razón y palabra*, Núm. 80.

Tuñez, M. y Guevara, M. (2009). "Framing por proximidad como criterio de noticiabilidad: la curva de las ausencias." *Revista Latina de Comunicación Social*, Vol. 64.

Verón, E. (1996). *Semiosis Social*. España: Editorial Gedisa.

Williams, R. (1992). *Historia de la Comunicación*. Barcelona: Bosch.

Wimmer, R. y Dominick, J. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación*. Barcelona: Bosch.

Wolf, M. (2000). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y POLÍTICA INTERNACIONAL: HACIA UN NUEVO PARADIGMA DE INFLUENCIA SOCIAL

Leal, María Ana

Universidad de Congreso/

marianaleal82@hotmail.com

Palabras claves: poder; StratCom; medios de comunicación; política internacional; opinión pública

Doctrina StratCom y planificación estratégica en conflictos convencionales

A través de los siglos XX y XXI, el escenario político, los conflictos y las comunicaciones en el mundo han sufrido un proceso de cambio con el avance de la tecnología y el acceso y desarrollo de nuevos medios de comunicación de alcance global que hoy se conoce como Sociedad de la Información y del Conocimiento. Estas transformaciones han generado fenómenos como la diversificación de actores, no solo estatales, que cobran relevancia discursiva, social y política; el establecimiento de nuevas reglas de juego en el terreno político-estratégico (nacional e internacional) que influyen y determinan la construcción de imágenes y paradigmas sociales respecto a problemáticas específicas; la repercusión en la construcción de la imagen institucional de las organizaciones frente a la opinión pública, que genera la movilización masiva de esta última, entre otros.

Frente a esto, Beaufre y Liddell Hart resaltan que la sociedad ha ido avanzando porque «la estrategia desborda a la guerra», es decir: El aspecto no militar de la estrategia se ha ido revalorizando. La estrategia no es solo militar y, además, lo militar no se encuentra aislado con respecto a otros aspectos de ella. Estos autores coinciden en señalar que las distintas estrategias generales y particulares se sitúan en un orden piramidal, donde unas son interdependientes de otras (Alonso Baquer, Miguel y otros, 1998, p. 56).

Por su parte, en el tablero internacional los jugadores geoestratégicos activos los Estados que cuentan con la capacidad y la voluntad política de ejercer poder o influencia más allá de sus fronteras en una medida capaz

de afectar a los intereses de algún otro país. Estas unidades políticas tienen el potencial y/o predisposición para actuar con volubilidad en el terreno geopolítico acorde a sus intereses y con el objetivo de alcanzar una posición de dominio regional y/o global. A esto debe agregársele que se da un importante énfasis en la concepción que toman los distintos gobiernos nacionales; ya no solo se centran en mantener la seguridad y defensa de los territorios en sí mismos sino que, además, incorporan como un aspecto estratégico aquellos medios o recursos que garantizan el desarrollo de su población y de su economía.

Jean Paul Charnay (1998) sostiene: La defensa no tiene pues ya como único fin el garantizar la integridad del territorio, la supervivencia de la población o la solidez de un régimen; debe asegurar la continuidad de una civilización, la adecuación de los modos de vida a la evolución industrial, la maduración y la renovación de actitudes sobre pensamientos seculares o, si se prefiere, de la estratificación social de la que proceden estos modos de vida, estas disposiciones del pensamiento y del régimen económico-político que la sostiene (p. 65). De aquí se deduce que cada país presenta un proyecto político donde se trazan los objetivos acorde a sus intereses nacionales jerarquizados como vitales, se da una definición y caracterización de los problemas vinculados a la defensa nacional y se realiza el análisis del contexto estratégico y de los riesgos y amenazas; surgirá así la política de defensa nacional. Específicamente, el tema de los intereses Nuechterlein (citado por José Antonio Peña, 1991, p. 19 y 26) adopta la siguiente matriz para ubicarlos: defensa del territorio, bienestar económico, orden mundial y fomento de valores.

Considerando estos aspectos claves, el gran interrogante es ¿cuál es la mejor manera de llegar a los ciudadanos en los escenarios de interés para que actúen según los intereses propios a fin de alcanzar los objetivos definidos?

Sin duda alguna, Estados Unidos siempre ha intentado buscar la manera de lograrlo; casos como el conflicto en Cuba (1898), la Guerra de Vietnam, los conflictos en Irak, en la ex Yugoslavia, entre otros dan muestra de su obsesión por controlar el flujo de información y comunicación que no estaban acorde a sus planificaciones nacionales. En coherencia con lo expuesto, la principal doctrina que comienza a institucionalizarse en sus planificaciones políticas-militares es la llamada RAM (Revolución de Asuntos Militares) que comienza a perfeccionarse en los años noventa donde se incorpora la planificación estratégica del uso de la información y de la comunicación dentro de los conflictos internacionales y cuyo epicentro fue el rol de la opinión pública. La misma comienza a sufrir transformaciones por el desarrollo de las TIC, el acceso global de la información al igual que el gran flujo de información, la capacidad de viralización y control y –por sobre todas las cosas- la falta de regulación

del Derecho Internacional en esta materia. A partir del atentado contra las Torres Gemelas (2001) se planteó la necesidad de perfeccionar este modelo incorporando las nuevas prácticas políticas y sociales producto de los avances de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Es así que nació el término StratCom dentro del ámbito de la defensa nacional de Estados Unidos. Muchos actores internacionales y parte del mundo académico emplean el término StratCom (o comunicación estratégica) para referirse al empleo planificado de la comunicación para alcanzar objetivos políticos. Diego Mazón Born sostiene:

“El empleo planificado e integrado de todas las capacidades y medios de comunicación que tiene su emisor en apoyo de sus objetivos estratégicos, sean estos políticos, diplomáticos, económicos o militares, y en la búsqueda de una mejor imagen, reputación, percepción o conocimiento del receptor (2017: 10)”.

Este intelectual, además agrega que este tipo de comunicación puede ser un elemento de coordinación, de decisión o de ejecución, o todos ellos enfatizando que es la ventana en la que las organizaciones, empresas, ejércitos y Gobiernos se muestran al mundo (Mazón Born; 2017:11). Por otro lado, remontándonos más al plano militar de Estados Unidos (pioneros en la planificación y ejecución de este modelo StratCom) Enrique Silvela Díaz-Criado enmarca la mirada de este país vinculando el ámbito civil con el militar. Este paradigma posteriormente se trasladó a la OTAN:

“En el ámbito civil, la comunicación estratégica ofrece la integración de múltiples funciones independientes cuya coordinación podría mejorar su resultado combinado. En el caso militar, son funciones diferentes; nunca se concibieron como parte de un mismo proyecto, pero la realidad y el desarrollo de los conflictos las han aproximado (2017:23)”.

Este mismo analista sostiene que la comunicación articulada entre lo civil y militar se apoya en dos campos principales:

- Los avances tecnológicos de los sistemas de información y telecomunicaciones.
- La creciente comprensión científica de la influencia de la comunicación en el comportamiento humano.

Como consecuencia de estos aspectos mencionados y refiriendo al autor de la teoría del poder blando, Joseph Nye, cobra protagonismo en los conflictos los aspectos de persuasión e influencia legítima (y del modo más natural posible) para lograr los objetivos estratégicos

que cada actor estratégico se proponga. Estados Unidos fue el primero que incorporó a su doctrina político-militar la comunicación estratégica -en el año 2006- creando estructuras en distintos niveles de operaciones dentro del Ministerio de Defensa. Por su parte, la OTAN hace lo mismo y ya en los conflictos en los Balcanes y Afganistán incorpora el proyecto StratCom a cargo de la oficina de Asuntos Públicos Militares del Mando Aliado de Operaciones. La finalidad era facilitar la coordinación de los diferentes elementos relacionados con la comunicación en varios niveles y escenarios. El término StratCom se expuso de manera explícita en documentación de este organismo internacional el cual consistía en:

“El uso coordinado y apropiado de las actividades y capacidades de comunicación de la OTAN – diplomacia pública, asuntos públicos, asuntos públicos militares, operaciones de información y operaciones psicológicas- según corresponda, en apoyo de las políticas, operaciones y actividades de la Alianza, y con el propósito de promover objetivos de la OTAN (NATO; 2019).

Este modelo de comunicación viene atravesando diferentes etapas y cada uno de los elementos mencionados actúan de manera articulada con la planificación estratégica al más alto nivel de toma de decisión de estos actores de poder y operaciones acorde al perfil del público al que se intente influenciar.

Breve escenario mediático y de conflictos híbridos

Por su parte, el escenario comunicacional y la diversidad de actores no estatales que forman parte de los llamados *conflictos híbridos* generan una asimetría en diferentes aspectos del conflicto (desde lo material, lo simbólico, la libertad de acción, el alcance, la magnitud, entre otras variables). De este modo, el manejo de la comunicación se transforma en un espacio de lucha de poder por todos los actores implicados donde existen operaciones cubiertas y/o abiertas, movilización de la opinión pública a través de operaciones psicológicas o diversas técnicas de desinformación (como *fake news*, *trolls*, *bots*) que por la interconectividad hoy se caracterizan por una viralización más rápida y con mayor alcance social. A lo que debe sumársele otra crisis a los tradicionales medios de comunicación por diferentes causas como sus intereses económicos y políticos, la falta de calidad periodística, la espectacularización de determinados acontecimientos, entre otros aspectos claves.

En todos estos casos se destaca la importancia de prevenir y/o ganar conflictos sin el empleo del poder duro, por lo que se remarca la supremacía del *soft power* frente al *hard power*. Vinculándolo específicamente al nuevo escenario

de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, hay muchos académicos que intentan definir y analizar el concepto de poder en el entorno del advenimiento de las nuevas tecnologías, uno de ellos es Manuel Castells (2008), quien expone lo siguiente:

El poder se basa en el control de la comunicación y la información, ya sea el macropoder del Estado y de los grupos de comunicación o el micropoder de todo tipo de organización [...]. Poder es algo más que comunicación y comunicación es algo más que poder. Pero el poder depende del control de la comunicación. Al igual que el contrapoder depende de romper dicho control. Y la comunicación que puede llegar a toda la sociedad se conforma y gestiona mediante relaciones de poder enraizadas en el negocio de los medios de comunicación y en la política del Estado. El poder de la comunicación está en el centro de la estructura y la dinámica de la sociedad (p. 23).

Desde el análisis de los conflictos híbridos de StratCom de la OTAN, las amenazas de este tipo tienen la intención de manipular –a través de los distintos mecanismos de influencia social– los procesos de toma de decisiones políticas de una nación específica al influir en los comportamientos y actitudes de audiencias claves como las organizaciones de medios, los líderes públicos y políticos en general. Debido a la complejidad del escenario actual –y de los futuros– se están aplicando diferentes combinaciones de elementos del poder blando –en la mayoría de los casos–, como los elementos económicos, diplomáticos y, en algunos casos, militares.

Bibliografía

- Agnew, John (2005). Geopolítica: Una Re-visión de la Política Mundial”. España: Editorial Trama.
- Baquer, Alonso y otros (1998). Las ideas estratégicas para el inicio del Tercer Milenio. Dirección General de Política de Defensa. Instituto Español de Estudios Estratégicos. Grupo de trabajo 6/98.
- Bernays, Edward (2016). Propaganda. Cómo manipular la opinión en democracia. Buenos Aires: Libros el Zorzal.
- Bourdieu, Pierre (1985). Sociología y Cultura. Traducido por Marta Pou. México: Consejo Nacional para la Cultura y el Arte. Ed Grijalbo.
- Brzezinski, Zbigniew (1998). El gran tablero mundial: La supremacía estadounidense y sus imperativos geoestratégicos. Barcelona: Editorial Paidós.
- Cano, Diego (2017). Jungla 3.0: Trolls, información y desinformación. Buenos Aires: Pluma Digital.

Chomsky, N. (2002). La propaganda y la Opinión Pública. Barcelona: Crítica.

Clausewitz, Karl Von (1997). De la Guerra. Buenos Aires: Ediciones Libertador.

Del Olmo, Juanma (2018). La política por otros medios. Madrid: Catarata.

Duhalde, Eduardo (1991). Teoría Jurídico-Político de la Comunicación. Buenos Aires: Editorial Eudeba.

Escuela Superior de Guerra (1995). Bases para el pensamiento estratégico. Tomo I: Estrategia General). ESG. Buenos Aires.

Enrique Jiménez, Ana. M. (2015). Somos Estrategas: Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional. Barcelona: Gedisa.

Fraguas de Pablo, María (1985). Teoría de la Desinformación. Madrid: Editorial Alhambra.

Fuertes, Rodolfo Víctor (2006). Factor Psicosocial. Buenos Aires: Centro Ficch.

Granda Coterillo, José María y Martí Sempere, Carlos (2000). ¿Qué se entiende por Revolución de los Asuntos Militares? Seminario sobre la Revolución en los Asuntos Militares. Madrid, Fundación FAES.

Instituto Estratégico de Estudios Estratégicos (2017). Documentos de Seguridad y Defensa: La comunicación estratégica. Madrid: Ministerio de Defensa de España.

Instituto Estratégico de Estudios Estratégicos (2011). Conflictos, Opinión Pública y Medios de Comunicación. Análisis de una compleja Interacción. Madrid: Ministerio de Defensa de España.

Mac Bride, Sean y otros (1978). Un solo mundo, voces múltiples. México. UNESCO. Fondo de Cultura Económica.

Magnotta, Hugo y otros (2001). Estrategia comunicacional: El corresponsal de Guerra. La Revista de la Escuela Luis María Campos. Buenos Aires, Argentina.

Menéndez, María Cristina (2009). Política y medios en la era de la información. Buenos Aires: La Crujía.

Osgood, Robert E. (1998). Guerra Limitada. ¿Cómo evitar la parálisis estratégica en la era atómica?. Dirección General de Política de Defensa. Instituto Español de Estudios Estratégicos. Grupo de trabajo 6/98.

Pizarroso Quintero, Alejandro y otros (2007). Periodismo de Guerra. Madrid: Editorial Síntesis.

Ramonet, Ignacio y otros (2013). Medios, poder y contrapoder. Buenos Aires: Editorial Biblos, Comunicación Medios Cultura.

Stauber, John y Rampton, Sheldon." Los residuos tóxicos son muy saludables: Mentiras, malditas mentiras y la industria publicitaria". CommonCouragePress, Estados Unidos. 1995.

Scheinsohn, Daniel (2011). Comunicación estratégica. Buenos Aires: Granica.

Slotnisky, Débora J. (2016). Transformación digital. Buenos Aires: Digital House.

Thomson, John (2003). Comunicación y contexto social. En nombre falso. Buenos Aires: Comunicación y sociología de la Cultura.

Toffler, Alvin (1980). La Tercera Ola. Versión en español. Bogotá, Colombia: Editores Plaza & Janes. S.A.

Uranga, Washington (2016). Conocer, transformar, comunicar). Buenos Aires: Patria Grande.

Wilcox, Dennis y otros (2012). Relaciones Públicas: Estrategias y tácticas. 10ma. Edición. Buenos Aires: Pearson.

EXILIO Y PRENSA. RELATOS DE PERIODISTAS RETORNADOS – EXILIADOS A LA NORPATAGONIA

Celedón Miglioranza, Joaquín

FH - UNCom / joacocele@gmail.com

Palabras claves: periodismo; dictadura; insilio; dictadura; retorno

Presentación

En el marco del proyecto de investigación "Identidades, exilio y democracia en Argentina. Análisis de casos de la segunda generación de exiliados argentinos de la última dictadura" vamos¹⁹¹ a explorar la experiencia de periodistas que debieron exiliarse. Nos interesa entender las causas por las que debieron abandonar el país y cómo fue el retorno, y en particular, su inserción en Neuquén o ciudades aledañas ¿Cómo desarrollaban su práctica periodística previo al golpe? ¿Continuaron ejerciendo el

191 Bajo la dirección de la Dra. Cristina B. García Vázquez, Facultad de Humanidades-Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Comahue.

oficio durante el exilio? ¿Qué papel jugaron los hijos – en el caso que los hubiera- en la salida del país? ¿Qué es el exilio para los periodistas y en cuánto se reconocen como exiliados/as? ¿Colaboraron con la denuncia de la dictadura en el exterior? ¿Cómo se insertaron en la región y cómo practicaban el periodismo con el retorno de la democracia?

Definimos al “exilio como ‘fenómeno social total’, en donde confluyen aspectos sociales, políticos, económicos, psicológicos, emocionales, culturales. El exilio es una migración forzada, que irrumpe de un modo violento en la vida de los que buscan un refugio en otro país. Es una ruptura socioafectiva en el entramado de relaciones sociales y culturales de un individuo y, en los casos que así sea, de su núcleo familiar. Por esta razón, afirmamos que el exilio no es un fenómeno individual, sino plural, colectivo; se trata de experiencias con una diversidad de sentidos que atraviesan y transitan los que deben abandonar su tierra, entiéndase *su lugar*, de una forma violenta” (García Vázquez, 2015:1751).

Antecedentes de la investigación

A nivel regional, la presente investigación no cuenta con antecedentes. Sin embargo, existen trabajos que tienen cierta relación con nuestra temática como el paper de Silvina Jensen (2015), denominado “El imaginario del exilio en la prensa española de la transición democrática”. Dicho trabajo aborda las representaciones que los principales diarios realizaron del retorno de exiliados españoles a partir del régimen franquista, que coincidió con la llegada al país europeo de argentinos que escapaban del denominado “Proceso de Reorganización Nacional”.

A través de “Testimoniar e informar: exiliados argentinos en París (1976-1983)”, Marina Franco (2004) da cuenta de publicaciones en las cuales los exiliados argentinos en Francia intentaban dar a conocer las implicancias de la dictadura en Argentina y la violación de los derechos humanos. Al igual que en otros países donde se radicaron los exiliados argentinos, estas organizaciones representaban a una minoría de los mismos y eran movimientos de solidaridad que además intentaban visibilizar la vida institucional argentina en Francia y a nivel internacional.

Si bien estos trabajos incluyen de algún modo la esfera de la comunicación como herramienta de denuncia y visibilización, no abordan directamente la experiencia de esta minoría que delimitamos, los periodistas exiliados. En relación con nuestra categoría de análisis, merece destacarse el capítulo “Prensa y Exilio” en el libro *Ráfagas de un exilio: argentinos en México, 1974-1983* de Pablo Yankelevich (2010) en donde realiza un exhaustivo análisis de los medios de prensa que focalizaron su atención en Argentina y que abrieron sus puertas a

periodistas argentinos que buscaron refugio en México. Esto fue creando un colectivo de periodistas exiliados que junto con colegas mexicanos reflexionaban sobre la realidad argentina y actuaron activamente en la denuncia de la violación de los derechos humanos. La llegada a México en 1974 de Rodolfo Puiggrós y su ingreso al diario *El Día*, fue abriendo el camino a futuros periodistas exiliados (2010:189). Así México se convirtió en una tribuna de debates en donde desfilaron voces como las de Gregorio Selser, Antonio Marimón, José R. Eliashev, María Seoane, Miguel Bonasso, Nicolás Casullo, Carlos Ulanovsky, Héctor Mauriño, entre muchos más. Yankelevich hace un relato pormenorizado de los distintos medios de prensa y los diversos abordajes sobre hechos clave en Argentina como el Mundial del 78 o la Guerra de Malvinas. En esta línea, incluimos también los trabajos de Gago (2012) o Zarowsky (2015) que analizan publicaciones de exiliados argentinos como la conocida revista “Controversia, para el examen de la realidad argentina”, en donde se destacaron intelectuales como José Aricó, Juan Carlos Portantiero, Oscar del Barco, Nicolás Casullo, etc, y, entre ellos, figuras clave como el recordado Héctor Schmucler -con un rol protagónico en el campo de la comunicación- o el mencionado Carlos Ulanovsky.

Por último queremos mencionar un material que, si bien está alejado de la lógica académica, es un aporte importante a tener en cuenta sobre la experiencias de los periodistas que se exiliaron, en este caso particular a México y Estados Unidos, y de quienes se quedaron e intentaron continuar su labor periodística en convivencia con un estado de vigilancia constante y de censura. El documental audiovisual¹⁹² indaga sobre quienes llevaron adelante la edición de la revista “Sin Censura” en la cual se reflejaban aquellos hechos o cuestiones que algunas personas filtraban a los exiliados. La iniciativa contó con importantes colaboraciones por parte de Julio Cortázar y de Osvaldo Soriano.

Objetivos generales y estrategias de investigación

En cuanto a este trabajo en particular, nos planteamos conocer cómo estos periodistas desarrollaban su oficio previo al golpe de Estado, si de contar con la posibilidad de practicar el periodismo en el exilio cómo lo ejercieron y la incidencia de la familia y los hijos al momento de enfrentar el exilio. También intentaremos indagar en cuanto al significado que le dan a esa etapa y en qué medida se reconocen como exiliados. Otro de los ejes será vislumbrar su inserción en la región al retornar al país y cómo practicaban el periodismo con el regreso de la democracia.

192 “SC. Recortes de Prensa”, documental disponible en <https://vimeo.com/96837261>.

A través de distintos testimonios intentaremos explorar las huellas que dejaron la censura y persecución impuesta por la dictadura, y a su vez, la experiencia exiliar de periodistas que durante el retorno de la democracia se instalaron en Neuquén y zonas aledañas.

Para abordar esta temática recurriremos al encuentro de periodistas exiliados que retornaron y/o se instalaron en Neuquén a partir de la apertura democrática. Para reconstruir sus experiencias se utilizarán como técnicas de investigación cuestionarios semi-estructurados que nos permitan poder comparar distintas perspectivas sobre ejes comunes pero sin perder las vivencias particulares de cada interlocutor. También se recurrirá a entrevistas grupales con periodistas que se hayan asentado en la región para conocer experiencias periodísticas en medios de prensa locales, como el diario *Río Negro*, durante la dictadura y después de 1983, con el objetivo de realizar un acercamiento a la perspectiva de nuestros interlocutores sobre la práctica del periodista dentro o fuera del país durante el período mencionado.

Los dos periodistas que entrevistamos hasta el momento se exiliaron directamente en México, o recalieron en otros países para luego llegar a dicho país. También contaremos con el testimonio de periodistas que debieron abandonar su lugar de residencia y migraron a otras ciudades dentro del país. De esta manera, consideramos no solo el exilio de quienes se vieron obligados a abandonar el país sino también la experiencia vivencial que se conoce como exilio interno o insilio. Debido a diversos factores, Neuquén recibió a gran cantidad de militantes o personas con un gran compromiso político que reconfiguraron algunos procesos sociales y políticos de la provincia.

Estado actual de la investigación

Este trabajo se encuentra en una fase exploratoria y en una aproximación preliminar al tema. Se está trabajando en la concreción de las entrevistas individuales con dos periodistas. Una vez finalizadas las entrevistas individuales, se avanzará en la realización de entrevistas grupales.

Bibliografía

- Franco, M. (2004). "Testimoniar e informar: exiliados argentinos en París (1976-1983)". En *Médias et migrations en Amérique Latine*, disponible en <https://journals.openedition.org/alhim/414>.
- Gago, Verónica. (2012). *Controversia: una lengua del exilio*. Bs.As: Biblioteca Nacional.
- García Vázquez, Cristina. (2015). "Sobre exilios y retornos, sobre padres e hijos/as. Un acercamiento al exilio de argentinos en España". En *Actas V Jornadas de Antropología*

Social del Centro, Olavarría, Fac. de Ciencias Sociales de la UNICEN, pp. 1749-1770.

- Jensen, S. (2015). "El imaginario del exilio en la prensa española de la transición democrática". *Épocas. Revista de Historia*, [pp. 105-138].
- Yankelevich, Pablo. (2010). *Ráfagas de un exilio: argentinos en México, 1974-1983*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Zarowsky, M. (2015). "Del exilio a los nuevos paradigmas: los intelectuales argentinos de la comunicación en México (de Controversia a Comunicación y Cultura)". *Nueva época*, pp. 127-160. Disponible en https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/57752/CONICET_Digital_Nro.1c701952-a7f5-453c-adb4-946cd00df1a5_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y.

POLÍTICOS Y REDES SOCIALES: USOS EN UNA CIUDAD INTERMEDIA

Monteiro, Ramón

DCC- FCH- UNRC / rmonteiro@hum.unrc.edu.ar

Palabras claves: líderes; política; internet; asesores; profesionalización

A partir del año 2007, cuando el candidato a presidente por los Estados Unidos, B. Obama las incluye en la campaña electoral, las redes sociales modifican sustancialmente la comunicación política en el mundo.

El líder norteamericano, aprovecha las potencialidades que ofrece el nuevo ecosistema comunicacional para trazar una estrategia que le permita incorporar voluntarios y donaciones con el fin de financiar la campaña, y para alcanzar sectores de la sociedad poco o escasamente interesados en participar políticamente.

Más de una década transcurrió de ese acontecimiento. Las campañas electorales hoy no pueden ser pensadas sin las redes sociales. La actividad de los líderes políticos, en consecuencia, tampoco.

Así lo atestigua la creciente actividad que llevan adelante los principales dirigentes políticos de nuestro país en varias redes sociales. Valen como ejemplos, el actual presidente del país M. Macri y, la ex presidenta, C. Fernández de Kirchner, quienes poseen cuentas en las redes de Facebook, Twitter e Instagram, contándose

entre las más seguidas por los internautas.

Espacios locales como la ciudad de Río Cuarto no escapan a la tendencia del uso de las redes sociales por los dirigentes. Desde mediados de la presente década, los líderes de la ciudad cordobesa incluyen en sus estrategias de vinculación con sus simpatizantes y seguidores a las redes sociales. Estudios realizados (Monteiro, 2015. Monteiro, Vera y Vaca Narvaja, 2017) revelan que durante las campañas electorales para la intendencia de la ciudad, los representantes de casi todo el arco político utilizan las herramientas digitales para captar voluntades y el voto de los ciudadanos. Obviamente, los usos son disímiles debido a los recursos humanos, económicos y tecnológicos disponibles por cada sector político.

Se sabe que la actividad política requiere de los dirigentes una actitud de visibilidad permanente para que se conozca lo que realizan en sus múltiples funciones cotidianas. Para ello, la presencia en los medios de comunicación es prioritario, no solo en los tradicionales sino en los nuevos, que sustentados en Internet y la telefonía celular producen un ecosistema comunicativo fundamental para estar en la esfera pública.

Llevar a cabo esa presencia pública requiere convertirse, como dicen Riorda y Valenti (2011), en “gobernautas”, dirigentes con capacidades y competencias para afrontar el reto comunicacional previsto por el sistema de comunicación contemporáneo, donde las redes sociales tienen cada vez más importancia en la estrategia de visibilidad de la gestión.

La conversión en ese tipo líder es una de los compromisos que llegan desde el exterior del campo político, toda vez que una esfera como la tecnológica le obliga a conocer sobre la recopilación, análisis e interpretación de datos para entender lo que sucede en la “blogósfera” (Cardón, 2016): espacio de interacción y diálogo social dinámico ente ciudadanos que buscan conocer y participar en la vida social. Para lo cual los líderes conforman equipos especializados de asesores en el uso de las herramientas tecnológicas, quienes aportan conocimientos a los responsables de ejecutar las políticas planificadas.

Justamente, la ponencia tiene como objetivo dar cuenta de los usos dados a las redes sociales por los concejales de la ciudad de Río Cuarto.

El interés específico es reconocer las estrategias, las modalidades, las acciones realizadas cuando utilizan las redes sociales con el fin de contactar a los ciudadanos.

El estudio recoge la palabra de concejales pertenecientes a los tres bloques políticos que conforman el Concejo Deliberante de la ciudad de Río Cuarto, provincia de Córdoba: Unión por Córdoba (UpC), Cambiemos (UCR-PRO) y Respeto. Mediante entrevistas abiertas se logra revelar lo que hacen los dirigentes con las redes sociales

cuando las utilizan. El universo de consultados consta de 6 concejales. Tres por el bloque oficialista (UpC), dos por (UCR-PRO) y uno por el bloque del partido Respeto. La utilización de esta técnica permite profundizar en aristas que de otra manera resulta muy complicado sacar a luz, como son los cuestionarios cerrados.

La indagación revela una serie de resultados a través de los cuales se puede reconocer cierta tendencia en los usos propiciados a las redes sociales por los concejales locales. El análisis a las respuestas al cuestionario muestra tres cuestiones fundamentales a tener en cuenta: a.- consultas a las redes sociales; b.- difusión en las redes sociales; y, c.- tiempo *de* y *para* el uso.

Los resultados para cada una de esas dimensiones muestran un uso dispar entre los legisladores de la ciudad. Se observa que la mayoría de los consultados dicen tener cuentas personales e institucionales en algunas de las redes sociales. No obstante, el uso es muy diferente si la red es Facebook, Twitter o Instagram. A modo de ejemplo, la difusión llevada a cabo en Facebook es con motivos de comunicar y “fijar posiciones políticas” sobre diversas situaciones, produciendo un texto básicamente informativo, con apoyo de fotografías o pequeños videos que llegue a un grupo etario de personas adultas (más 30 y más 40 años). En tanto, en el caso de la red Instagram su utilidad viene por la necesidad de exponer las actividades a partir de fotografías que ilustren el acontecimiento con un lenguaje acorde a una franja etaria que incluya a jóvenes menores de 30 años.

Para eso, los concejales tienen asesores en comunicación de redes, lo que les facilita poder elaborar mensajes con contenidos afines al público meta buscado.

En otro orden, el análisis de las entrevistas muestra a los concejales con cierta dependencia de las redes sociales, pues expresan estar “todo el día” conectados. Cuestión de importancia ya que coloca a estos líderes en el plano de una conectividad permanente, lo que le permitiría reconocer eventos y acontecimientos diversos producidos en la esfera pública.

Aun con una intensa actividad llevada a cabo en las redes sociales, la totalidad de los consultados señalan que no son ellas las primeras fuentes diarias donde consultan en el inicio del día. La radio y la prensa escrita aún continúan siendo los primeros medios utilizados para informarse. Como también la mensajería instantánea de WhatsApp, donde reciben una síntesis de lo publicado por el diario local y las radios de la ciudad. Aquí el papel fundamental lo tienen sus asesores comunicacionales, quienes llevan a cabo un proceso de selección de la información. Cuestión que puede delimitar los temas considerados significativos tener en cuenta por el legislador.

Entre los resultados, la pesquisa revela que existe cierta similitud entre la actividad llevada a cabo por los

asesores en comunicación digital. En ese sentido, todos los legisladores intercambian opiniones con ellos sobre el tipo de mensaje y contenidos a difundir. Si bien es el dirigente quien tiene la decisión última sobre qué publicar, puede realizar un proceso de comparación entre puntos de vista con el objeto de definir qué, a quién, en qué momento y dónde publicarlo.

Finalmente, el análisis a la palabra de los legisladores locales revela los modos de uso de la mensajería WhatsApp. Herramienta cada vez más utilizada en los procesos políticos alrededor del mundo. En nuestra ciudad, los representantes la usan “todo el tiempo” para una multiplicidad de actividades. No obstante, presentan una significativa distinción entre escribir los mensajes o grabar audios. Los legisladores sostienen que los mensajes escritos pueden producir más de una interpretación, debido al descuido de las reglas de redacción. Frente a esa posibilidad, algunos prefieren grabar un audio y enviarlo, ya que se nota el énfasis, las pausas y las posibles connotaciones buscadas en el contenido.

El estudio “*Los Políticos y las Redes Sociales: usos en una ciudad intermedia*” permite expresar que en la ciudad de Río Cuarto, los legisladores están en camino de constituirse en líderes 2.0. La convergencia y la utilización intensa de las redes sociales con el advenimiento de una profesionalización cada vez más notoria, la conformación de equipos de asesores en comunicación digital, la planificación sistémica de las actividades comunicativas, la búsqueda de vinculación entre dirigentes y seguidores, son las bases desde donde los legisladores locales producen sus mensajes con el fin de visibilizarlos y estar presentes continuamente en la blogósfera. El camino se abre lentamente, pero se abre.

Bibliografía

- Monteiro, R. (2015) Las redes sociales en la política local. En Monteiro, R., Vera, L. y Ferrero, H. (Comps.) *Sociedad, actores y conocimiento: contribuciones desde la diversidad*. (pp. 271-289) Río Cuarto, Argentina: CEPRI.
- Monteiro, R., Vera, L. y Vaca Narvaja, H. (2017) Comunicación política y redes sociales en Argentina. *Revista Mexicana de Comunicación*. 1, (140). 71-81.
- Riorda, M. y Valenti, P. (Coords) (2011) *Gobernautas y ciudadanos. Los gobernantes latinoamericanos y la gestión de las redes*. BID. (Recuperado 22/6/2019 <http://www.mariororda.com/noticia/gobernautas-y-ciudadanos-los-gobernantes-latinoamericanos-y-la-gestion-de-redes-sociales-8>)

PARA NO ABURRIR AL LECTOR. EL ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA EN LA PROVINCIA DE MISIONES. SITUACIÓN DEL 2016 AL 2019

Motta, Leonardo Damián

F H y CS - UNaM / leodamian09@gmail.com

Palabras claves: ciudadanía; información; periodismo; acceso; derecho

El acceso a la información pública en Misiones

A varios años de la sanción de la Ley de Libre Acceso a la Información Pública (Ley IV N° 58-Decreto 846/2012) en la provincia de Misiones la aplicación de la normativa aún dista mucho de cumplirse a pesar de las favorecedoras estadísticas oficiales. El incumplimiento en los plazos para la entrega de la información, el desconocimiento, el silencio y las negativas, falta de capacitación por parte de los organismos públicos a brindar información constituyen los principales obstáculos que emergieron en la búsqueda de acceso a la información pública.

Primeras indagaciones

Hace varios años Misiones cuenta con la Ley IV N° 58 que avala el derecho de los ciudadanos a consultar documentación pública de las reparticiones del Estado y, en algunos casos incluso de empresas privadas que prestan servicios públicos. Con la intención de corroborar el cumplimiento de la ley, el 21 y el 22 de junio del 2016 se presentaron siete solicitudes a distintos organismos públicos, y una empresa privada con subsidio estatal. El pedido fue realizado a través de la Oficina de Libre Acceso a la Información Pública en Posadas (Salta 1875). El horario de atención es solamente por la mañana de 9 a 12 horas.



Dependencias de la Oficina de Libre Acceso a la Información Pública en Posadas (Salta 1875)

En detalle, las notas consistieron en peticiones de registros, relevamientos, base de datos, registros contables, fondos que manejan determinados entes del Estado que podían contar en su poder los organismos requeridos. Las notas se presentaron por duplicado, y una copia sellada fue devuelta como constancia de los requerimientos. La gestión del trámite es gratuita y sigue un proceso de formalidad. El tiempo de respuesta requerido por ley es 10 días hábiles con opción de que los organismos requeridos puedan solicitar prórroga.

Pasadas semanas e incluso meses de espera, cinco de las siete solicitudes fueron respondidas, pero incumplieron plazos estipulados por ley. Desde las cifras parece un número fantástico, casi optimista. Pero nada más lejos de la realidad, ya que solo una de las solicitudes respondió a la demanda concreta. Aunque tampoco lo hizo en un plazo aceptable, ya que tardó más de un mes en contestar. En el cuadro se puede apreciar el seguimiento detallado de los pedidos.

Organismo	Tipo	Información solicitada	Fecha	¿Respondió al pedido?	Fecha de respuesta	¿Cumplió con la información solicitada?
Biblioteca Pública de las Misiones	Org. Público	Registro de libros escritos por autores misioneros en el transcurso de los últimos años. Monto de inversión en libros de autores misioneros en los últimos dos años	22 jun	Si	4 ago	Si
Casimiro Zbikoski S.A.	Empresa privada con participación estatal	Registro contable de los ingresos en efectivo del servicio público de transporte urbano del mes de mayo del 2016 de las líneas de colectivos de Casimiro Zbikoski S.A. que integran el Sistema Integrado de Transporte Misionero.	22 jun	Si	15 jun	No, se ampara en no responder por ser una empresa privada
Consejo Provincial de Seguridad Vial	Org. Público	Registro o lista de las actividades abiertas al público ejecutadas por el organismo en los últimos dos años hasta el día de la fecha (charlas educativas, seminarios, conferencias, visitas a instituciones educativas, etc.). Agenda pública de los dos últimos años hasta el día de la fecha de Muestra Soledad Carrillo como integrante Coordinadora del Consejo Provincial de Seguridad Vial de la Misiones.	22 jun	Si	12 ago	No, constancia parcial
Dirección Provincial de Asuntos Comunitarios	Org. Público	Índice de sanidad, índice de mortalidad infantil, índice de alfabetización y escolaridad de las comunidades guaraníes de la provincia de Misiones en los últimos dos años. Número de las familias de las comunidades guaraníes beneficiadas con planes o subsidios sociales de los últimos dos años.	22 jun	No	-	-
Ministerio del Agro y la Producción	Org. Público	Número de productores que se dedican a la producción de miel en la provincia. Registro actualizado de cooperativas que se dedican a la producción de almíbar de mandioca.	22 jun	Si	23 jul	Parcial, respondió a solo un pedido. Registro actualizado de cooperativas
Municipalidad de Posadas	Org. Público	Trabajo de concientización referente a los virus y bacterias que portan las palomas y que efectos pueden provocar en las personas.	22 jun	No	-	-
Subsecretaría de Cultura de la Provincia	Org. Público	Registro de bailarines de sirtos regionales de la provincia. Lista de agrupaciones que participan en eventos relacionados con las festividades populares en Misiones.	22 jun	Si	1 ago	No, debido a que no tenía ese tipo de registro e información

Las estadísticas oficiales

Por otro lado, las estadísticas oficiales de acuerdo a la Oficina de Libre Acceso a la Información Pública, en base a las 317 solicitudes recibidas, hablan de un porcentaje de respuesta de 88,33% hasta el 20 de marzo del 2017. Muchas de las fuentes consultadas consideran que el porcentaje no es confiable por los múltiples inconvenientes presentes en la reglamentación de la ley. Además, de acuerdo a los estudios publicados a comienzos de año 2017 del Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad, Misiones es considerada entre las provincias menos transparentes en manejos presupuestarios del país.

Ya para el año 2019, se realizó un pedido de información pública directamente a la misma oficina, la respuesta cumplió con los tiempos establecidos por la legislación. En ella detallaron que hasta el 2 de mayo del 2019 ingresaron 442 pedidos de IP desde la implementación de la ley. Pero la respuesta no contenía el porcentaje de cumplimiento de los organismos requeridos a pesar de haber solicitado ese dato en específico, algo que lleva a plantear los siguiente interrogantes *¿Por qué la Oficina de Libre Acceso a la Información Pública no brinda esos porcentajes siendo que años antes si lo hicieron? ¿Hay algo que ocultar? ¿Las estadísticas no son favorables?*

“Para no aburrir al lector”

Entre las solicitudes respondidas la que causo sorpresa fue la insólita contestación de Marlene Soledad Carvalho, que ejercía el cargo hasta el 2016 de Secretaria Coordinadora del Consejo Provincial de Seguridad Vial de Misiones. El pedido de un registro de actividades y la agenda pública de dicho organismo tuvo respuesta el 12 de agosto de 2016, casi dos meses después de solicitar la nota. En un extracto de la respuesta la ex secretaria notificó: “... puedo proporcionarle el detalle en apretada síntesis para no aburrir al lector, y dando por supuesto el conocimiento básico de los aspectos elementales, de lo hecho en los últimos dos años”.

Después de tan llamativa elección de palabras, la funcionaria procedió a hacer una síntesis propagandística de varias páginas en las que dio cuenta de las actividades llevadas a cabo por su administración, sin precisar en ningún número de legajo o si esos eventos en realidad se realizaron, como recortes de diarios, comunicados de prensa oficial o como lo requiere ley: actas de reuniones oficiales. En algunas casos pudo precisar fechas exactas, y otras solo aproximaciones.

Experiencias como el “para no aburrir al lector” de la ex encargada del Consejo Seguridad Vial evidencia la falta de capacitación muchos funcionarios públicos acerca de la información pública. Sin ir más lejos, en abril del 2017 llegó a ser noticia nacional como un intendente

Federico Neis de Puerto Rico reclamaba 300 pesos a Alex Schuster, un joven de 19 años, que solicitó información pública sobre el costo presupuestario de refacción de una plazoleta de la localidad. Al parecer, Neis desconocía que los pedidos de información pública son totalmente gratuitos por ley.

El problema de desconocimiento no solo es propio de funcionarios públicos. Casimiro Zbikoski S.A, empresa posadeña con la concesión del servicio público de transporte de pasajeros se negó a responder a la solicitud de información pública. Si bien estaba en su derecho de proteger la privacidad de sus operaciones comerciales, la empresa reconoció en la repuesta a la solicitud que no estaba *“comprendido en los sujetos obligados mencionados en el artículo de la ley IV N°58”*. Sin embargo, Casimiro Zbikoski S.A está comprendida en el alcance de la legislación de acceso a la información pública desde al artículo 1°, en la categoría de “empresas y cooperativas que presten servicios públicos”.

Un cambio necesario

La investigación mostró los distintos problemas a la hora de acceder a un derecho de todo ciudadano: desde escollos burocráticos, desconocimiento acerca de las leyes, demoras y falta de respuestas. Las indagaciones, a varios meses de las presentaciones de las solicitudes, arrojaron como resultado que 5 (cinco) de los 7 (siete) organismos consultados respondieron. Sin embargo, en su mayoría incurrieron en faltas como contestaciones parciales, incumplimientos de plazos y negativas. Del mismo modo, se puede aseverar en Misiones, la ley de AIP es ineficiente porque termina fagocitada en la máquina burocrática estatal y es de parcial cumplimiento, a pesar de las estadísticas oficiales que indican lo contrario.

La provincia necesita de un cambio cultural importante, como de políticas de difusión y promoción del acceso a la información pública dirigido a todos los ciudadanos y funcionarios públicos. En caso contrario seguirán aconteciendo casos como el “para no aburrir al lector”, y Misiones continuará con una ley de AIP ineficiente con alto incumplimiento y largos trámites burocráticos aun con estadísticas favorables que señalan lo contrario.

NAVEGO Y LEO, PERO NO OPINO: LA PARTICIPACIÓN DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS EN EL ESPACIO DIGITAL

Tarullo, Raquel

CITNoba – UNNOBA – UNSAdA /

raqueltarullo@gmail.com

Papa, Florencia

UNNOBA

Amondaray, Santiago

UNSAdA

Palabras claves: redes sociales; consumo de noticias; participación digital; estudiantes universitarios; prácticas cívicas

Introducción

Si estar en las redes era una de las actividades que los jóvenes decían preferir para pasar su tiempo libre, hoy es por y en las pantallas donde discurren todas las prácticas cotidianas que protagonizan las generaciones más jóvenes (Sistema de Información Cultural de la Argentina, 2017). Chatear, postear, mirar videos, comentar, grabar audios, comprar, mandar mensajes, escribir con emoticones, responder con gifts y memes (Sampietro, 2019), subir fotos, contar historias líquidas y efímeras (Bauman, 2006, 2012) actualizar estados, ser gamers, escuchar podcasts son algunas de las actividades a las que estos grupos etarios dedican gran parte de su tiempo de ocio, y en convergencia con otras prácticas cotidianas (Buckingham, 2008).

La penetración de Internet en Argentina es del 93% (Newman, 2019), de ese total el 83% se conecta todos los días y más de cuatro horas es el promedio de tiempo que los argentinos destinan a estar en Internet vía sus teléfonos inteligentes (Hootsuite, 2018). Más de tres horas y media está destinado a las redes sociales, plataformas en las cuales el 76% tiene un perfil, ubicando a Argentina en el sexto lugar del ranking que mide la penetración de las redes sociales por cantidad de habitantes (Comscore, 2017).

Para completar en parte el escenario, distintos reportes ofrecen datos que evidencian un aumento progresivo en el consumo que ofrecen los sitios nativos de noticias digitales, es decir de aquellos que no tienen su versión

offline (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy, & Kleis Nielsen, 2018; Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy, & Nielsen, 2017; Sistema de Información Cultural de la Argentina, 2017). En este contexto no resulta llamativo el dato que indica que el 86% de los argentinos consume noticias a partir de lo que ofrece el mundo digital, mundo que incluye a las redes sociales (Newman, 2019).

A nivel mundial se observa una tendencia que va acompañada de una mayor participación de las generaciones más jóvenes en las redes sociales sobre temas de agenda pública: por ejemplo, un estudio reciente realizado por Pew Global Research Centre en catorce países entre los cuales se encuentra Argentina, se observó que de quienes afirmaron que opinan en las redes sobre temas políticos o sociales, el 13% tiene más de 50 años, el 29% tiene 30 y 49 años y el 27% se ubica en la franja que va de los 18 a los 29 años, siendo el nivel educativo un factor condicionante en la participación cívica online (Anderson & Jiang, 2018; Wike & Castillo, 2018).

Por otra parte, el 91% de los argentinos tiene celulares inteligentes. El 78% elige este dispositivo para acceder al mundo de las noticias (Newman, 2019). Es más, de acuerdo con los datos difundidos en el marco del Día de Internet de 2018, el 11% de los argentinos mira sus celulares más de 200 veces al día y 9% lo hace 100 veces. Esta tendencia de estar conectado y pendiente del teléfono se evidencia en el hecho de que el 26% de las personas han afirmado que consultan sus teléfonos inteligentes en medio de la noche para consultar las notificaciones recibidas en sus cuentas de redes sociales. Esta relación con el dispositivo móvil se hace aún más manifiesta en las comunidades más jóvenes: cerca del 40% de los jóvenes entre 18 a 24 años interrumpe su sueño para leer comentarios en redes sociales (Deloitte, 2018).

En este contexto, el siguiente estudio muestra parte de los resultados obtenidos a partir de una investigación bianual que busca conocer el grado de participación de los estudiantes universitarios en los espacios digitales. Para ello se examinó si los estudiantes universitarios que consumen noticias en las redes sociales utilizan las herramientas de interacción que las mismas admiten, se indagó en cuáles de estas herramientas son las más usadas y si la arquitectura de las distintas redes sociales incide en estas acciones de participación.

La metodología elegida responde a un formato mixto de recolección de datos: los cuantitativos se obtuvieron a partir de una encuesta digital aplicada a una muestra (N=1000) estudiantes universitarios de entre 18 y 24 años del centro de Argentina y entrevistas semi-estructuradas a miembros del mismo colectivo (N=150).

Los resultados preliminares, parte los cuales aún se encuentran en proceso, indican que los estudiantes universitarios eligen en un 90% el teléfono móvil para

acceder al mundo digital. Dicen estar conectados por el tiempo y afirmaron que visitan sitios online especializados para informarse (47%). Sin embargo, la televisión sigue presente entre sus prácticas de consumo informativo: más del 35% dice que mira noticias en la tele, a partir de un comportamiento tradicional propio de las ciudades medianas y pequeñas del interior de Argentina: el mirar el noticiero en la hora del almuerzo, incluso, a veces, en familia. Menos del 3% admite no leer noticias en las redes sociales. Son preferentemente pasivos con las noticias que encuentran en el espacio digital: prefieren leer lo que otros comparten que compartir ellos lo que consumen, dato que remite al consumo informativo a través de los medios tradicionales, en los cuales la interacción es inexistente. Twitter es la única red en la cual los encuestados admiten usar para escribir opiniones, sin embargo, su uso es escaso en el colectivo estudiado. “Participo cuando algo me enoja”, afirmó uno de los entrevistados, respuesta que parece indicar que la presencia de la variable enojo/emoción puede ser condicionante al momento de la participación digital, tal como estudios anteriores han podido demostrar empíricamente (Kessel, 2019; Marcus, Neuman, & MacKuen, 2015; Tarullo, 2018).

Bibliografía

Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media & Technology 2018*. Pew Research Center.

Bauman, Z. (2006). *Vida líquida*. Buenos Aires: Paidós.

Bauman, Z. (2012). Facebook intimidad y extimidad on line. In *Esto no es un diario*. Buenos Aires: Paidós.

Buckingham, D. (2008). *Más allá de la tecnología*. Barcelona: Manantial.

Comscore. (2017). *Lanzamiento Mobile Panel*. Buenos Aires.

Deloitte. (2018). *Consumo móvil en Argentina*. Retrieved from https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ar/Documents/technology-media-telecommunications/Argentina-Mobile-Consumer-Trends_Diciembre-2017.pdf

Hootsuite. (2018). *Digital in 2018 in Southern America. We Are Social*. New York. Retrieved from <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-2-southeast-86866464%0A>

Kessel, P. V. A. N. (2019). ‘ Anger ’ topped ‘ love ’ when Facebook users reacted to lawmakers ’ posts after 2016 election, 2016–2019.

Marcus, G., Neuman, W. R., & MacKuen, M. B. (2015). Measuring Emotional Response: Comparing Alternative Approaches to Measurement. *Political Science Research and Methods*, (November), 1–22. <https://doi.org/10.1017/prsm.2015.65>

Newman, N. (2019). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2019*.

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A.

L., & Kleis Nielsen, R. (2018). *Digital News Report 2018*. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf>

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2017). Reuters Institute Digital News Report 2017. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.12744561>

Sampietro, A. (2019). Emoji and rapport management in Spanish WhatsApp chats. *Journal of Pragmatics*, 143, 109–120. <https://doi.org/10.1016/J.PRAGMA.2019.02.009>

Sistema de Información Cultural de la Argentina. (2017). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales. Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017*. Retrieved from <http://www.sinca.gob.ar/sic/encuestas/>

Tarullo, R. (2018). Emotion in political Facebook communication: An analysis of Facebook posts published by Argentine political leaders. *Revista Austral Comunicación*, 7(1), 25–55.

Wike, R., & Castillo, A. (2018). Many around the world are disengaged from politics, (October). Retrieved from <http://www.pewglobal.org/2018/10/17/international-political-engagement/>

POLÍTICA Y COMUNICACIÓN. CATEGORÍAS PARA PENSAR EL CAMBIO SOCIAL

Villazón, Mariela

UNSL / marielavillazon@gmail.com

Palabras claves: conflicto, transformación, comunidad, intersubjetividad, instituido

Introducción

Cuando la comunicación se cruza con la política pareciera que las distinciones pasan por un mero juego de palabras, “política y comunicación, comunicación y política, políticas de comunicación, comunicación política”. Pero las múltiples combinaciones entre ambos términos remiten a debates y a enfoques de lo político y lo comunicativo bien distintos.

En el presente trabajo plantearemos un breve recorrido por distintas miradas acerca de la comunicación y la política. En ese sentido, el primer desafío que asume

este texto radica en pensar *más allá* de la política como aparato y de la comunicación como tecnología.

Se propone, como punto de partida, un acercamiento a la comunicación y la política en tanto procesos. La primera designa una relación comunitaria humana en un marco de reciprocidad (Pasquali, 1974) que supone la producción de sentidos a partir de los cuales se configuran nuestros modos de ser y estar juntos (Mata, 2009). Esto no significa que la construcción de lo común permanezca exenta de roces y tensiones; por el contrario, siguiendo a Jesús Martín-Barbero, la comunicación puede pensarse “como un proceso desgarrado por las contradicciones y el conflicto de intereses antagónicos” (Martín-Barbero, 1978: 26).

Por su parte, el entendimiento de la política refiere a la institución de una comunidad a partir del reconocimiento del antagonismo y el conflicto (Mouffe, 2007; Rancière, 1996; Vermeren, 2001). En cierta forma, puede decirse que la política comienza cuando aquellos que *no tienen parte* se involucran en la definición del orden comunitario. En este sentido, “La actividad política es la que desplaza a un cuerpo del lugar que le estaba asignado o cambia el destino de un lugar (...)” (Rancière, 1996: 45).

Pensar, entonces, comunicación y política como formas de construcción de lo común atravesadas por el litigio, nos invita a interrogarnos, en textos futuros, por las realidades específicas y/o particulares en las que se produce dicha articulación.

La comunicación y la política, *contra las ingenierías, la razón técnica y las modas*¹⁹³

Comunicación y política resultan categorías recurrentes, tanto en el campo académico como en el lenguaje cotidiano. Por lo general refieren a sentidos naturalizados que pocas veces se ponen en discusión. De este modo, adquieren significaciones diversas e incluso contradictorias. Así, suele hablarse de comunicación en tanto transmisión de información y, al mismo tiempo, como sinónimo del ser y estar juntos. Por su parte, la política aparece como mera administración del Estado o bien como praxis que posibilita la recreación del orden social.

Parafraseando a Héctor Schmucler (2008), de tanto que estos términos abarcan, pierden precisión es decir, puede cesar su función significativa. Incluso, la ambigüedad y la vaguedad¹⁹⁴ en el uso de estas nociones generan confusión y ponen en riesgo el potencial transformador que tanto la comunicación como la política pueden asumir.

193 Expresión tomada del texto de Sergio Caletti (2002) citado en esta bibliografía

194 No hablamos de uso ingenuo de esos términos, sino también de la recurrencia deliberada a la ambigüedad y la vaguedad.

Resulta pertinente aquí explicitar las opciones teórico-epistemológicas que se toman a la hora de pensar la comunicación y la política, así como también las modalidades que reviste su encuentro. En ese sentido, vale detenernos en algunas consideraciones y discusiones preliminares.

El campo de estudio de la comunicación, visto tanto en su dimensión histórica como en su presente, ofrece un sinfín de referencias que se inscriben en lo que Sergio Caletti (2002) denomina concepción técnica de la comunicación. Estas tradiciones ostentan el carácter de hegemónicas desde los orígenes del campo hasta el *mainstream* actual. El entendimiento de la comunicación como “capacidad diseminadora de mensajes propia de unas tecnologías novedosas” (Caletti, 2002: 39) supone una reducción teórica del término que atraviesa los tiempos y la academia hasta situarse en el mundo cotidiano.

En esta dirección, se han popularizado concepciones que se centran en la separación entre sujeto (emisor de información) y objeto (receptor de información), y que entienden a la comunicación como “algo que se genera en un punto, se lleva por un conducto (o tubo) y se entrega al otro extremo receptor” (Maturana y Varela, 1994: 130). Aunque parezca un modelo simplificado en extremo, la *idea* que despliega es la que protagoniza la mayoría de los abordajes.

El autor colombo-español Martín-Barbero denomina al presente estado de situación como *hegemonía teórica del saber tecnológico*, en ese marco la idea de información gana operatividad y legitimidad mientras que la noción de comunicación se neutraliza, desdibuja y desplaza hacia campos alejados (Martín-Barbero, s/d).

Los abordajes que reducen la comunicación a la transmisión de información desconocen, en primera instancia, que se trata de un proceso humano fundamental, “una puesta en común de significaciones socialmente reconocibles” (Caletti, 2002: 45) que posibilita la vida en comunidad. Aunque nunca hegemónicas, diversas tradiciones teóricas recuperaron esta dimensión relacional y productiva de la comunicación. Antonio Pasquali, por ejemplo, definió a la misma como “un proceso de interacción social democrático que se basa en el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación” (Pasquali, 2007 [1979]: 30). En esta perspectiva las ideas de reciprocidad y de intersubjetividad resultan centrales y fundantes.

Compartiendo el horizonte pero incorporando la dimensión del conflicto, María Cristina Mata piensa la comunicación como “esos complejos intercambios a través de los cuales los individuos y los grupos sociales

producen significaciones en permanente tensión y confrontación” (Mata, 2016: 8). En esta mirada, centrada en las prácticas, la comunicación se juega en aquella trama de relaciones que “tejen las gentes al juntarse y en las que se expresan dimensiones claves del ser social” (Martín-Barbero, s/d). La comunicación se despliega, entonces, tanto en las prácticas que buscan la transformación del orden como en aquellas que implican la cotidiana negociación con el poder.

Por su parte, así como sucede en el campo de la comunicación, los estudios hegemónicos en torno a la política han tendido a pensarla como institucionalidad regulada (Caletti, 2002). En ese marco se abordan principalmente los actores y las reglas de la competencia electoral y el ejercicio gubernamental. El Estado, los gobiernos, los sistemas y partidos políticos aparecen como tópicos predominantes.

Frente a estas lecturas, se desarrollan perspectivas que destacan la dimensión del conflicto en el análisis de la política y lo político. Siguiendo a Chantal Mouffe¹⁹⁵ (2007) puede entenderse a *lo político* como la dimensión del antagonismo constitutiva de todas las sociedades humanas; mientras que *la política* designa el conjunto de prácticas e instituciones a través de las cuales se crea un determinado orden, “organizando la coexistencia humana en el contexto de la conflictividad derivada de lo político” (Mouffe, 2007: 16). Esto implicaría la apertura al reconocimiento de la política como esfera y práctica de la vida colectiva en la cual se diseñan y discuten los sentidos del orden social, es decir, los principios, valores y normas que regulan la vida en común y los horizontes venideros (Caletti, 2002; Mata, 2016).

Ahora bien, la construcción comunitaria a la que refiere la política estaría marcada por un litigio fundamental en torno a la distribución de roles y lugares sociales; es decir, en torno a la distinción entre *quienes tienen y no tienen parte* en ella (Rancière, 1996.) En esa línea, el autor argelino-francés propone reservar el nombre de política a una actividad bien determinada, la que rompe la configuración sensible donde se define la *cuenta de las partes*. De ese modo, la política logra hacer ver lo que no tenía razón para ser visto, otorga nombre a lo anónimo y hace escuchar un discurso allí donde sólo el ruido tenía lugar (Rancière en Quiroga, Villavicencio y Vermeren, 2001).

A modo de cierre y apertura

Al tomar distancia de la razón técnica, la política y la comunicación dejan de ser meros instrumentos neutros

195 La diferencia entre “lo político” y “la política” ha sido planteada por varios autores de la teoría política contemporánea, como por ejemplo Ernesto Laclau, Chantal Mouffe, Pierre Rosanvallon, Oliver Marchart, entre otros.

que dan forma a lo existente, para presentarse como dimensiones co-constitutivas de lo social. Es decir, trascienden su comprensión como esferas o ámbitos particulares empíricamente identificables, para referirse a instancias convergentes y articuladas entre las cuales se teje la constitución y redefinición de los sujetos sociales. Es en ese sentido que inauguran la posibilidad del cambio social y la redefinición de las relaciones sociales.

Este ensayo se inscribe en la búsqueda de la creciente convergencia y articulación entre política y comunicación, lejos de la razón técnica, las ingenierías y las modas (Caletti, 2002). Es un punto de partida para recrear el orden instituido; una recreación siempre activa y contingente, y nunca exenta de roces y tensiones.

Bibliografía

- Balibar, Étienne (2004) *Derecho de ciudad*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Bonilla Vélez, Jorge Iván (2003) “Revisitando el concepto de comunicación política: Apuntes para una discusión”. Revista *Mediaciones* N° 3, Agosto-Diciembre. Recuperado de: <http://biblioteca.uniminuto.edu/ojs/index.php/med/article/view/338/337>
- Caletti, Sergio (2002) “Siete tesis sobre comunicación y política”. Revista digital *Diálogos de la Comunicación*, N° 63. Recuperado de: http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/63-06SergioCaletti.pdf.
- Martín Barbero, Jesús (1978) *Comunicación masiva, discurso y poder*, Quito, Editorial Época.
- (s/d) “Teoría, investigación, producción en la enseñanza de la comunicación”. Recuperado de: <http://www.insumisos.com/lecturasinsumisas/Teoria%20%20de%20la%20comunicacion%20de%20Martin%20Barbero.pdf>
- Mata, María Cristina (2016) “Comunicación y política: la imposibilidad de separarlas”. *América Latina en Movimiento*, Nro. 513- 514, Año 40, mayo-junio, ALAI.
- (2006) “Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación”. *Fronteiras, estudos midiáticos*, VIII, Nro.1, enero/abril, Universidade do Vale do Rio do Sinos, Sao Leopoldo, Brasil
- Maturana, Humberto y Francisco Varela (1994) *El árbol del conocimiento*, Santiago, Universitaria.
- Mouffe, Chantal (2007) *En torno a lo político*, Buenos Aires, FCE.
- Pasquali, Antonio ([1974] 1990) “La comunicación: un modelo simplificado de definición. Elementos del proceso” En: *Comprender la comunicación*, Caracas, Monte Ávila Latinoamericana.
- Rancière, Jacques (1996) *El desacuerdo. Política y Filosofía*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- (1999) *En los bordes de lo político*, Escuela

de Filosofía, Universidad ARCIS. Recuperado de: www.philosophia.cl/

Schmucler, Héctor (2008) Triunfo y derrota de la comunicación. En *Revista Artefacto*. Recuperado de http://www.revista-artefacto.com.ar/pdf_textos/6.pdf

Vermeren, Patrice (2001) “El ciudadano como personaje filosófico”. En: Quiroga, Hugo; Villavicencio, Susana y Vermeren, Patrice (comp) *Filosofías de la ciudadanía. Sujeto político y democracia*, Rosario, Homo Sapiens.

APROXIMACIONES AL ESTUDIO DEL “DESARROLLO” DESDE EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN

Salguero Myers, Katrina A.

CIECS - CONICET y UNC / katrimyers@hotmail.com

Palabras claves: desarrollo; segregación urbana; comunicación/cultura

Introducción

El presente trabajo se propone presentar las líneas de investigación doctoral que la autora está recorriendo, que estudian los sentidos, políticas y prácticas sobre el “desarrollo” para la ciudad de Córdoba, específicamente desde el campo de la comunicación. La investigación analiza *las modalidades de desarrollo en territorios periféricos* en tanto procesos urbanos estructurantes de la vida social contemporánea.

Situada desde el campo de los estudios críticos de la comunicación/cultura, se aborda un objeto de estudio que ha sido confinado, tradicionalmente, a otras disciplinas como la economía o la ciencia política. Desafiando entonces esta pertenencia disciplinar, se parte del supuesto de que la Comunicación tiene un importante aporte que hacer a su comprensión y producción científica. Estamos refiriéndonos, entonces, a los debates y estudios sobre el “desarrollo” en ciudades segregadas, y sus relaciones con la producción/reproducción de la vida en ellas.

Como entorno vital de las inmensas mayorías de la población argentina, las ciudades se han constituido como un objeto de estudio central de distintas áreas científicas. Entender las maneras en que la ciudad es producida por

procesos comunicacionales es una interrogante recorrida por autores consagrados como Jesús Martín Babero (2002), Rossana Reguillo (2005), Néstor García Canclini (2004), Sergio Caletti (2000), entre muchos otros. En este caso, la propuesta del presente trabajo hereda intereses de aquellos autores, pero también construye un espacio de investigación específico producto de años de estudio personal y colectivo¹⁹⁶ sobre los procesos urbanos en la ciudad Córdoba, y las relaciones entre las transformaciones espaciales/físicas y las relaciones sociales posibles/deseables que en ellas se producen. Como dijo hace más de veinte años Richard Sennett (1997): estudiar las íntimas vinculaciones entre carne y piedra, entre sensibilidades y espacios. Numerosas investigaciones en Córdoba y en otras regiones del país y del mundo han abordado este campo, dando cuenta de las complejidades de la vida urbana actual en la producción cultural, social, material y simbólica.¹⁹⁷

En este sentido, se presentarán en la ponencia un acercamiento conceptual al debate del desarrollo, así como algunas dimensiones empíricas de las modalidades de desarrollo existentes -y en disputa- en un espacio social considerado periférico en la ciudad de Córdoba.

En términos generales, las periferias -aunque marginales en términos económicos- son centrales en las dinámicas y conflictos contemporáneos de las ciudades medias y grandes de toda América Latina. Indagamos, por esto, en la dinámica específica de la *Quinta Sección*¹⁹⁸, para la construcción de una mirada científica que permita *interrogar la complejidad y coexistencia de actores, prácticas y discursos que disputan los horizontes y definiciones del desarrollo*. En este sentido, y desde el campo de la comunicación en que se inserta la pregunta de investigación, las ciudades y el desarrollo se estudiarán desde la producción que del mundo histórico hacen conflictivamente y de forma situada los actores sociales.

Partimos de la centralidad de los procesos de significación en la producción de lo social e histórico, y por ello

196 En el marco del programa de Ideología y Prácticas Sociales en Conflicto (CIECS), los proyectos aprobados y financiados por SECyT-UNC: “Producción del escenario urbano cordobés y sus transformaciones: continuidades y discontinuidades en las disputas urbanas (2018-2021)”; “Urbanismo estratégico de la ciudad y conflictos: identificación y caracterización de experiencias de disputas urbanas en Córdoba capital (2016-2017)”; “Embellecimiento estratégico de la ciudad: identificación y caracterización de patrones de circulación en Córdoba Capital” de 2014 a 2015; y otros.

197 Ver por ejemplo: Boito y Espoz, 2014; Boito, et al., 2009; Carman, 2011; Groisman y Suárez, 2006; Harvey, 2008; Marengo, 2004; Oszlak, 1991; Salguero Myers, 2015; Scarponetti y Ciuffolini, 2011; Sennett, 2007; Svampa, 2004; Valdés, 2013.

198 La Quinta Sección es un conjunto de seis barrios y villas, ubicados al Este del casco céntrico de la ciudad y que se extienden hasta el anillo de circunvalación como un corredor Oeste-Este. El conjunto es un territorio populoso, con alrededor de cincuenta mil habitantes, en 10.774 viviendas según el Censo Nacional 2010. Los datos socio-demográficos del Censo Provincial 2008 presentan a esta zona por encima de la media de la ciudad en distintos indicadores -i.e. NBI, cantidad de personas por hogar, etc.-, exceptuando uno de sus barrios -San Vicente- que presenta en general índices cercanos a la media de la ciudad de Córdoba.

investigaremos desde la pregunta por *las modalidades de desarrollo coexistentes –y en conflicto– en ciudades fuertemente segregadas, como Córdoba capital.*

Algunas dimensiones conceptuales

En tal propuesta investigativa, es imperioso reconocer los lugares centrales que tienen el lenguaje y la cultura en la constitución del objeto de estudio. Como sostuvo Raymond Williams, el lenguaje no es anterior a la “producción de la vida material”, sino más bien una “primaria producción material” (Williams, 2000, p.42) tramada con todas las prácticas sociales. En este sentido, interrogar al lenguaje y la cultura es interrogar las condiciones hegemónicas de producción de la vida social.

De lo anterior se desprenden, entonces, dos premisas. En primer lugar, *el sentido de la realidad como campo de disputa*: “los acontecimientos y relaciones del mundo ‘real’ no tienen un significado natural, necesario y no ambiguo que sea proyectado simplemente, por medio de signos” (Hall, 1981, p.13). Sin operar, por ello, desde una visión “discursivista”, ni sostener la supeditación ontológica del mundo exterior físico- natural- social- histórico- astronómico, al lenguaje humano; sostendremos que *la construcción semántica de la realidad es un elemento central para los sujetos sociales en su comprensión y acción en el mundo.* En segundo lugar, evadimos la idea de que estaría *primero* la producción material y *después* el lenguaje que lo nombra o que se desprende de esa realidad. El lenguaje es a la vez una matriz de producción de “realidad” intersubjetiva, una fuerza estructurante de la subjetividad y sociabilidad, pero además es una práctica social: los sujetos --subjetivados y sujetados (Mezzadra, 2014)- significamos como una práctica activa, entonces:

Más que decir con respecto a tales relaciones que “tienen un significado” debemos pensar el lenguaje como que permite que las cosas signifiquen. Esta es la práctica social de la significación: la práctica a través de la cual se cumple el “trabajo” de la representación cultural e ideológica (Hall, 1981, p.18)

Como producto del hacer social, la cultura no existe de forma autónoma de la trama económica, étnica, política de una sociedad, sino que se articula de formas complejas con las estructuras de reproducción social. Y justamente es en este espacio en que interrogar las modalidades de desarrollo desde el campo de la comunicación se explica: *reconstruir las expresiones semánticas, prácticas y políticas de producir “desarrollo” y de disputar sus sentidos y horizontes.*

El diálogo entre los estudios sobre *desarrollo y la comunicación/cultura*, delinea el campo problemático de la presentación. Y en esta oportunidad se hace una

presentación introductoria al debate y al objeto de investigación y su relevancia.

Comunicación y desarrollo

El objeto de la presentación será una introducción conceptual a las preguntas por las modalidades y disputas en torno al desarrollo en la Quinta Sección de la ciudad de Córdoba, producida por *formas específicas y situadas de significar y de hacer* en sociedades capitalistas, segregadas y mediatizadas. Pero además propondremos un acercamiento al objeto empírico de la investigación doctoral.

El enfoque intenta restituir la complejidad de las relaciones entre *esferas que suelen presentarse como escindidas, en este caso comunicación/cultura, desarrollo y ciudades.*

La idea de *desarrollo* ha sido profusamente debatida, y fue central en el devenir del Siglo XX. La misma, se sustenta en una idea de *tránsito hacia una mejor situación*, hacia un escenario superior, más bello o más bueno. Desde su etimología, el *desarrollo* (prefijo “des”, que implica la inversión de una acción, y “arrollo” vinculado a envolver o enrollar) expresa la idea de “desenrollar”, desenvolver, extender lo que estaba arrollado. Así, se estira un “rollo”, una rueda. Se hace girar hacia adelante, se desenvuelve una cierta fuerza con orientación definida y deseable. Desde el punto A al punto B, transcurre algo que estaba en potencia.

Los rasgos específicos de ese desarrollo han sido objeto de sendos debates académicos y políticos. Pero su centralidad en la agenda de los últimos siglos nos lleva a interrogar las implicancias políticas, semánticas y prácticas de la “indudable” potencia que debe ser “desenrollada”. En particular, de la potencia y la orientación que las prácticas y sentidos despliegan en la Quinta Sección.

La noción de “desarrollo” se ha transformado a nivel académico y político a lo largo del tiempo (Álvarez Leguizamón, 2008), siendo utilizado como sinónimo de aumento de las riquezas nacionales a mediados del siglo XX y fuertemente vinculado a la idea de “crecimiento”; suponiendo una clara carga normativa y lineal. Muchos estudiosos actualmente han abandonado el “realismo” en torno a la idea de *un desarrollo posible y deseable*, y construyen la premisa del *desarrollo como objeto de disputa*, en el que cobra nueva relevancia la participación de los actores en su definición y ejecución.

En las transformaciones teóricas y políticas del concepto, la *cuestión local* aparece en los años ’80, “fuertemente vinculada a los procesos de democratización y descentralización que estaban desarrollándose en la región” (Echavarría, 2007, p.1). Distintas vertientes críticas tematizaron su insuficiencia en aquel sentido originario. El problema de *lo local* – no exclusivamente urbano- frente a la crisis del realismo epistemológico

en las preguntas en torno al desarrollo refiere, entonces, a la definición misma del desarrollo deseable y al rol de los actores locales. Lejos de las visiones ideales de lo local con potencias inherentes para la eficiencia o legitimación; y abandonando la idea de desarrollo desde un epistemología objetivista o técnica; resulta central *pensar al desarrollo*, siguiendo a Madoery (2007) *como problema*.

En este sentido, en la ponencia presentaremos las implicancias y vertientes teóricas que apuntan a *la comprensión situada* de los horizontes y lógicas de la producción de la vida en espacios sociales urbanos específicos, esto es, haciendo explícito el trabajo semántico/material que distintos actores llevan adelante en la activa producción del presente.

Bibliografía

- Álvarez Leguizamón, S. (2008) *Pobreza y desarrollo en América Latina. El caso de Argentina*. Salta: Universidad Nacional de Salta.
- Boito, M.E, Cervio, A. y Espoz M.B. (2009) *La gestión habitacional de la pobreza en Córdoba: el antes y después de los "Ciudades-Barrios"*. Boletín Onteiken N°7. <http://www.accioncolectiva.com.ar/sitio/boletines/boletin7>
- Boito, M.E y Espoz, B. (comp) (2014) *Urbanismo estratégico y separación clasista. Instantáneas de la ciudad en conflicto*. Rosario: Puño y Letra.
- Caletti, S. (2000) *Quién dijo República. Notas para un análisis de la escena pública contemporánea*, en revista Versión N° 10 (pp.15-58). UAM, México.
- Carman, M. (2011) *Las trampas de la naturaleza. Medioambiente y segregación en Buenos Aires*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- CEPAL. (1991) *Transformación productiva con equidad. La tarea prioritaria del desarrollo de América Latina*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Echavarría, C. (2007) *Democratizar para el desarrollo*. II Seminario de la Red de Análisis de Prácticas Participativas. Centro de Estudios e Investigaciones Internacionales (CERI-Fundación Nacional de Ciencias Políticas), París, 2007.
- Escobar, A. (2005) *El "postdesarrollo" como concepto y práctica social*. En Daniel Mato (coord.), "Políticas de economía, ambiente y sociedad en tiempos de globalización". Caracas: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Central de Venezuela, pp. 17-31
- Groisman, F. y Suárez, A. (2006) *Segregación residencial en la ciudad de Buenos Aires. Población de Buenos Aires*. Dirección General de Estadísticas y Censos (INDEC), octubre, año/vol 3, número 004. Buenos Aires, Argentina.
- Hall, S. (1994) *Estudios culturales: dos paradigmas*. En Revista "Causas y azares", N° 1, Buenos Aires, 1994.
- Hall, S. (2003) *Introducción: ¿Quién necesita "identidad"?* En Du Gay, Paul y Hall, Stuart (comp) "Cuestiones de identidad cultural", (pp. 13-39). Amorrortu Editores, Buenos Aires.
- Hall, S. (1981) *La cultura y el "efecto ideológico"*. En CURRAN, James y otros (comp.) "Sociedad y comunicación de masas" (pp. 357-392). Fondo de Cultura Económica, Méjico.
- Harvey, D. (2008) *El derecho a la ciudad*. Revista New Left Review, Noviembre-Diciembre, No. 53, 2008.
- Madoery, O. (2007) *Otro desarrollo. El cambio desde las ciudades y regiones*. San Martín: Universidad Nacional General San Martín.
- Marengo, C. (2004) *Una aproximación a la segregación residencial, como punto de partida en la formulación de políticas*. Boletín del Instituto de la Vivienda. 19(50): 167-183, mayo 2004.
- Martín Barbero, J. (2002) *El oficio del cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Editorial Fondo de Cultura Económica: Santiago de Chile.
- Martín Barbero, J. (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gili: Barcelona.
- Mezzadra, S. (2014) *La cocina de Marx. El sujeto y su producción*. Colección Nociones Comunes, Ediciones Tinta limón, Buenos Aires.
- Oszlak, O. (1991) *Merecer la ciudad: los pobres y el derecho al espacio urbano*. Humanitas, Buenos Aires.
- Reguillo Cruz, R. (2005) *La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre y comunicación*. Universidad Iberoamericana, Distrito Federal, Méjico.
- Salguero Myers, K. (2015) *Segregación urbana y reproducción del capital. El caso de la ciudad de Córdoba (2003-2013), sus transformaciones físicas y las experiencias sociales posibles*. En M.E. Boito (comp.) "Lo popular en la estructura de la experiencia contemporánea", Buenos Aires: Ed. El Colectivo.
- Santillán Pizarro, M. (2008) *La ciudad de Córdoba y la localización espacial de los movimientos sociales en lucha*. En Ciuffolini, M.A. (comp.) "En el llano todo quema: movimientos y luchas urbanas y campesinas en la Córdoba de hoy". Córdoba: Editorial Universidad Católica de Córdoba.
- Sassen, S. (1999) *La ciudad global: Nueva York, Londres, Tokio*, Buenos Aires: Eudeba.
- Scarponetti, P. y Ciuffolini, M. A. (2011) *Ojos que no ven, corazón que no siente. Relocalización territorial y*

conflictividad social: un estudio sobre los barrios ciudades de Córdoba. Buenos Aires: Nobuko.

Sennett, R. (1997) *Carne y Piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental.* Alianza Editorial, Madrid.

Svampa, M. (2004) *La brecha urbana. Countries y Barrios privados en Argentina.* Colección *Claves para todos*, dirigida por José Nun. Le Monde Diplomatique.

Valdés, C. (2013) *Desarrollo urbano: debate abierto.* Editorial Revista INVI, N° 79, Vol. 28, Novimebre 2013, pp.9-14.

Williams, R. (2000) *Marxismo y literatura.* Península, Barcelona.

En esta exposición pretendo desarrollar el concepto de legitimidad y esbozar algunas primeras relaciones aproximadas con el objeto de estudio de la tesis.

Legitimidad e incidencia: de las fuentes y ejercicio del poder

Es imposible pensar la legitimidad sin mencionar la centralidad de las relaciones de poder. Aun así, se insiste con trabajar esa categoría porque es la que mencionan los miembros de los Consejos Locales de Niñez y Adolescencia. La misma aparece constantemente como un atributo positivo y a la vez como la falta de algo que no pueden mencionar de otra forma.

Max Weber (1979) entenderá al poder en el marco de los estudios sobre organizaciones estatales a las que denomina burocráticas. A su vez establece una tipología sobre diferentes acciones de dominación con diferentes fines. Para el autor, que no evade la idea de conflicto, la forma de orden social responde a las acciones racionales o axiológicas. De allí que, incluso hasta la actualidad, la legitimidad aparezca casi imposible de ser pensada por fuera de la legalidad. Weber establece cierta causalidad del poder, que se encauza en la figura de “autoridad”, la que se ejerce con la aprobación del pueblo gracias a las acciones con fines específicos. Desde sus inicios, la palabra legitimidad aparece dissociada del poder (Weber, 1979). Cuestión, que en parte quedará saldada por la teoría gramsciana sobre la hegemonía, entendida como el proceso a través del cual la clase dirigente ejerce de guía política-ideológica sobre otras clases que consensuan no sólo la clase dominante sino la construcción social de comportamientos, valores, prácticas y representaciones que identifican a esa clase. La dominación deja el plano de la coerción y empieza a pensarse en relación. De aquí en adelante, serán fundamentales las nociones de sujeción (dominio) y subjetivación (conciencia e identidad) de Michel Foucault, la preponderancia del lenguaje, el discurso y el conocimiento. La corriente posestructuralista francesa dejará un campo fructífero para entender que “la autoridad política y el poder social no son sino dos facetas de la dominación” (Foucault, 1982 en Máiz, 2003, p. 6)

En este sentido Máiz retomando a Beetham (1991) recupera algunas condiciones para la legitimidad: prestar conformidad con las reglas establecidas, que las mismas estén justificadas a través de creencias compartidas, que exista consentimiento expreso de los subordinados a las relaciones de poder y agrega: “el acuerdo en torno al pueblo o pueblos sobre los que actúa el poder del Estado (...) y la *contestabilidad* del poder político por parte de los ciudadanos y los grupos sociales minoritarios (Shapiro 1990 en Maíz, 2003, p.22).

En los Consejos Locales de Niñez y Adolescencia la legitimidad aparece enunciada como la necesidad de

LOS CONSEJOS LOCALES DE NIÑEZ Y ADOLESCENCIA Y EL LARGO CAMINO HACIA LA INCIDENCIA EN POLÍTICAS PÚBLICAS

Anabel Urdaniz

Becaria Doctoral de la Comisión de Investigaciones Científicas (CIC) en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Miembro del Foro por los Derechos de la Niñez de la provincia de Buenos Aires, del Consejo Local de Niñez de La Plata y de la Red de Consejos Locales de Niñez de la provincia de Buenos Aires

Palabras claves: Niñez; organizaciones; legitimidad; participación; comunicación

Este trabajo se inscribe en el marco de mi tesis doctoral en curso, en la que indago las estrategias comunicacionales que despliegan los Consejos Locales de Niñez y Adolescencia de la provincia de Buenos Aires, para comprender las matrices socioculturales que habitan el espacio, la institucionalidad y la percepción de incidencia en las políticas públicas.

Dichos organismos son establecidos por el Decreto reglamentario N°300 de la norma 13.298 de Promoción y Protección de los Derechos del Niño de la provincia mencionada[1], están conformados por las instituciones de niñez de la sociedad civil y por los funcionarios de las diferentes áreas del municipio que son responsables del Sistema de Promoción. Si bien cada Consejo tiene su historia particular, sus creaciones y su funcionamiento están ligados a la descentralización de políticas públicas, la búsqueda de legitimidad y la incidencia.

ser reconocidos por el poder ejecutivo, lo que serviría para tener “institucionalidad” e “incidir en las políticas públicas de niñez locales”[1]. Cuando este reconocimiento aparece negado por el actor gubernamental la legitimidad se desplaza al espacio público y a “ser reconocidos por todos”. Por su parte, la noción de “poder” sólo se enuncia asociada a la capacidad de hacer algo o a los tres poderes del Estado. Ahora bien, cuando esta legitimidad aparece como reconocimiento del gobierno, lo hace, mayormente, desde la legalidad.

“El poder Ejecutivo cada vez que sacábamos un comunicado, nos mandaba mensajes y argumentaban que el Consejo era ilegítimo por cuestiones del reglamento, quisieron entrarnos por donde pudieron y no lo lograron, porque lo que decíamos lo podían ver todos.” (CL. Gral. Pueyrredon)

“El Consejo Local ha tenido una significativa labor, aun cuando ha actuado con una institucionalidad precaria. Esa situación ha conducido a que se planteara, en 2016, la necesidad de que se sancione una ordenanza que instituya formalmente el Consejo y fije tanto su misión y funciones, como su composición.” (CL. de Morón)

La Ordenanza constitutiva y el reglamento se mencionan como los primeros pasos hacia la conformación del Consejo Local de Niñez y Adolescencia. El organismo se crea a partir de la legitimidad de una normativa provincial que todos los Consejos construyen como bandera. Aun así, es interesante pensar, ¿Cuáles son las fuentes de legitimidad que han podido construir los Consejos Locales de Niñez? Y, ¿Cómo se relacionan con las condiciones planteadas anteriormente?

“Ahora justo entregamos el lugar en la Municipalidad que teníamos para la oficina, estamos viendo si largamos el comunicado o no, vamos tensionando la cuerda lo más que podemos para no perder todo, porque de fondo la institucionalidad que teníamos de funcionar en una dependencia del estado, y si te corres y te vas a otro lugar como una ONG, perder legitimidad.”(CL. Gral. Pueyrredon)

En este fragmento, lo que aparece como legitimidad es el reconocimiento del municipio a partir de brindarles un espacio físico, que ya no tienen.[2] También aparece como construcción de legitimidad: la alianza con otras instituciones reconocidas en el campo de la Niñez, el trabajo en el espacio público y la organización de Encuentros Provinciales de Consejos Locales de Niñez (dimensión interaccional).

Hasta el momento, se puede determinar que cuando mencionamos legitimidad, estamos diciendo relaciones de poder, que median para que los organismos sean reconocidos. Esas relaciones de poder sabemos que no son dichas por los actores pero que al ser relacionales siempre tienen que ver con otro, alterno, distinto y en

contexto. Los autores Bombal y Villar (2003) identifican cuatro como las más frecuentes y significativas: la legitimidad moral, legitimidad técnica, legitimidad legal y legitimidad política. La primera fuente de legitimidad reside en valores éticos aceptados por la opinión pública, en segundo lugar la legitimidad técnica hace referencia a la experiencia, conocimiento y capacidad de producir información sobre temáticas específicas. La legal reside en el cumplimiento de las normas que las organizaciones necesitan para funcionar y las externas en el caso de recurrir a procedimientos legales. Por último, la legitimidad política la entienden “derivada de la representatividad democrática, la transparencia y el proceso de rendición de cuentas a las “bases” o a los “constituyentes” por los cuales se habla y actúa.” (Bombal y Villar, 2003, p.7) Esta legitimidad está asociada a la toma de decisiones y a la participación de los miembros de la organización en las actividades en el marco de las políticas públicas implementadas.

Los procesos de legitimación de los Consejos Locales de Niñez aparecen en un primer momento asociados a la legalidad, sin embargo a medida que se indagan las prácticas territoriales y las estrategias comunicacionales que realizan emergen otras fuentes, que no son percibidas por los actores como fuentes de legitimidad. Los organismos se han transformado en entes capacitadores de las nuevas normativas de Niñez y de los plexos normativos en general “que inauguran las leyes que comienzan en 26.000” indicó la Defensora Nacional del Niño, Marisa Graham en el último encuentro de Consejos Locales el 21 de junio de 2019. Esas normativas son parte de lo que varios autores llaman momento de institucionalización de históricas demandas sociales y de movimientos sociales, y se caracterizan por: la articulación entre ellas, la territorialidad, la transversalidad e interdisciplina y la corresponsabilidad. Mediante creación de material gráfico, charlas en escuelas y universidades, debates en los cuerpos legislativos municipales y conformación de redes locales de asistencia, los Consejos han generado legitimidad técnica en relación a la problemática. No es un dato menor, que los y las principales referentes de los Consejos sean profesionales. De esta forma comienzan a delimitarse las matrices socioculturales que se construyen dentro de los organismos.

En este sentido, a partir de la asunción del gobierno de Cambiemos empieza a debilitarse lo que Máiz llama la justificación de las reglas. Es decir, empieza a ser cada vez más frágil las creencias respecto a los ejes de las leyes de niñez nacional y provincial. Esto se observa inmediatamente en la ausencia de un lenguaje técnico común entre gobernantes y gobernados.

“Bueno, con la gestión anterior siento que eran más hábiles que esto o menos impunes, vos sentías que te escuchaban pero después no pasaba nada o pasaba pero

a medias.” (CL. Gral. Pueyrredon)

“No hay caso, no es que no vienen a las asambleas, es que parecen que hablan otro idioma diferentes. Las veces que vinieron, les pedimos que por favor lean la ley”. (Defensor del Pueblo de Gral. Pueyrredon)

Como se observa, la mentada legitimidad se presenta en distintos discursos representando a otras palabras que quedan opacas y que son provechosas para comprender las relaciones de poder: las participaciones, las fuentes de reconocimientos, la institucionalidad y finalmente, la incidencia política. Para comprender el mapa completo es necesario recorrer teóricamente cada una de esas categorías y así delimitar qué entienden los Consejos Locales de Niñez por legitimidad y cuál es el rol de la misma en las estrategias comunicacionales que despliegan. Sólo con motivo de dejar una hoja de ruta posible, se proponen los siguientes aspectos para pensar los procesos de legitimidad de los Consejos Locales de Niñez:

-La descentralización institucional que promovió la Reforma Constitucional y su impacto en las gestiones municipales y en las dinámicas locales (Delgado, 1998; Poggiese, 2000).

-El carácter participativo de distintas normativas contemporáneas a la Ley Nacional 26.061 de Promoción y Protección de los Derechos de la Niñez y la Adolescencia (Pagani, 2013; Caneva, 2015).

- Los niveles de incidencia en relación a los distintos momentos de una política pública y a los recursos y relaciones que tengan los actores de los Consejos Locales de Niñez (Uranga, 2012, Zapata, 2013, Oszlak, 2009).

-Las modalidades de participación y ambientes de organización que se desarrollaron en cada Consejo Local: autoridades, financiamiento, asambleas, tomas de decisión, planes de acción (Cunill Grau, 1995).

-Un trabajo de campo que recopile las acciones implementadas por los Consejos Locales de Niñez y las tipifique teniendo en cuenta sus objetivos y las fuentes de legitimidad en las que se sustentan.

Bibliografía

Bourdieu P. (1980). *El Sentido Práctico*. Taurus, Barcelona.

Cáneva V. (2015). *Crisis y encuentros. Una mirada comunicacional sobre la recreación de lazos socio-urbanos en organizaciones de vecinos autoconvocados*. Tesis Doctoral de Comunicación, UNLP.

Castoriadis, C. (1997). *El avance de la insignificancia*. Buenos Aires, EUDEBA.

Cunill Grau N. (1995). La rearticulación de las relaciones

Estado-Sociedad: en búsqueda de nuevos. En *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, Julio 1995, No. 4 (3-20), Caracas. Disponible en: <http://bit.ly/2k87tjV>

García Delgado, D. (1998). Nuevos escenarios locales. El cambio en el modelo de gestión. En: Venesia J. C. (Comp.) *Políticas Públicas y Desarrollo Local* (pp.10-27). Instituto de Desarrollo Regional, FLACSO.

Giddens, A. (1993). *Las nuevas reglas del método sociológico*. Buenos Aires.

González Bombal, I. y Rodrigo Villar (2003): *Organizaciones de la sociedad civil e incidencia en políticas públicas*. Ed. Libros del Zorzal, Buenos Aires.

Jaramillo, López, J. C. (2011). ¿Comunicación estratégica o estrategias de comunicación? El arte del ajedrecista. Ponencia presentada en el VII Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional, Universidad Autónoma de Occidente, Cali, Colombia.

Laclau, E. (2013) Argentina: anotaciones preliminares sobre los umbrales de la política. En *Revista Debates y Combates*. Año 3, n° 5, Buenos Aires, p. 9-18.

MÁIZ, Ramón (2003), “Poder, legitimidad y dominación” en Aurelio Arteta, Elena García Guitián y Ramón Máiz, *Teoría política: poder, moral, democracia*. Madrid: Alianza.

Massoni, S. (2016). Entrevista audiovisual realizada en la FCPyS UNCUYO. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=VqxWEBxMQIY>

Massoni, S. (2017). *Medir la comunicación desde lo vivo. Indicadores comunicacionales en dimensiones múltiples*. UNR Editora, Universidad Nacional de Rosario.

Matus, C. (1992). *Política, planificación y gobierno*. Caracas: Fundación Altadir.

Morin, E. (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. Edhasa, Madrid.

MOUFFE, Chantal (1999), *El retorno de lo político*. Barcelona: Paidós.

Oszlak, O. (2009). Implementación participativa de políticas públicas: aportes a la construcción de un marco analítico. En Belmonte, A. (et. al.). *Construyendo confianza. Hacia un nuevo vínculo entre Estado y Sociedad Civil*, Volumen II. CIPPEC y Subsecretaría para la Reforma Institucional y Fortalecimiento de la Democracia, Jefatura de Gabinete de Ministros, Presidencia de la Nación, Buenos Aires.

Pagani, M. L. (2014). *Vos propones, vos decidís. Presupuestos participativos y participaciones ciudadanas en La Plata y Morón* (2006-2014). Tesis doctoral en Ciencias Sociales, UNLP.

Pérez, A. R. (2012). El estado del arte en la Comunicación Estratégica”. En *Mediaciones Sociales*, N° 10, I semestre 2012, pp. 121-196. ISSN electrónico: 1989-0494. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_MESO.2012.n10.39684



Poggiase, H. (2000b). Desarrollo local y planificación intersectorial, participativa y estratégica breve revisión de conceptos, métodos y prácticas. En el *II Seminario Internacional Parques tecnológicos e incubadoras de empresas desarrollo local y gestión tecnológica*. Mar del Plata, 11 al 13 de octubre de 2000. Ponencia publicada en actas del Congreso.

Sotolongo Codina, P. L y Delgado Díaz C. J. (2006). *La revolución contemporánea del saber y la complejidad social: Hacia unas ciencias sociales de nuevo tipo*. Buenos Aires, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales-CLACSO.

Uranga, W. (2012). *Diseño Estratégico. Cuadernos de cátedra N°7*. Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales. Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.

Uranga, Washington (2007). *Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales*. Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales. Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.

Williams R. (1992). *Historia de la Comunicación. Vol 2: De la Imprenta a nuestros días*. España: Casa Ed. Bosch.

Zapata, N. (2014). *Aportes de la comunicación en experiencias de incidencia de organizaciones que promueven derechos en ámbitos de privación de la libertad en la Provincia de Buenos Aires. El caso del GESEC (Grupo de Estudio sobre Educación en Cárcel)(2002-2012)*. Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Quilmes.

LOS NUEVOS DESAFÍOS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA: LA INCIDENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL VOTO Y LOS IMAGINARIOS DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Nazareno Lanusse

CICPBA-CICEOP-FPyCS-UNLP/

nazarenolanusse@gmail.com

Ramón Flores

CICEOP-FPyCS-UNLP/ raflores@perio.unlp.edu.ar

Gustavo F. González

CICEOP-FPyCS-UNLP/ggonzalez@perio.unlp.edu.ar

José Barbero

CICEOP-FPyCS-UNLP/ barbJose@gmail.com

Sofía Dorrego

CICEOP-FPyCS-UNLP/dorregosofia@gmail.com

Francisco Arano

CICEOP-FPyCS-UNLP/francisco.arano@hotmail.com



Palabras clave: Opinión pública; Elecciones; Redes Sociales; Grupos focales; Influencia

Introducción

Desde el Centro de Estudios de Opinión Pública de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, se trabajó en el proyecto de investigación titulado “Análisis del uso diferencial de las redes sociales por los integrantes del espacio de la comunicación”, dentro del mismo es que se llevaron a cabo cuatro grupos focales realizados durante el año 2018, del que participaron un total de 41 integrantes, con el objetivo de analizar de manera cualitativa cómo los discursos de la opinión pública se conformaron en torno al objetivo general de la investigación relacionada con el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación.

En este sentido, se entiende a la comunicación política como un campo de estudios permeable y fragmentado (Dahlgren, 2005), al que este trabajo piensa aportar

algunas nociones sobre cómo las redes sociales virtuales, entendidas como redes interpersonales para la sociabilidad sostenidas en la red 2.0 (Espinár & González, 2009), son utilizadas con distintos objetivos por cada uno de los integrantes del campo de la comunicación política.

La definición del sociólogo francés Dominique Wolton es la que mejor se adapta a nuestro objetivo de investigación. El esquema de la comunicación política está conformado por tres grandes actores protagónicos: Los medios de comunicación, incluyendo allí a los y las periodistas; la dirigencia política; y la opinión pública. Entre estos tres es que se disputan por imponerse en la agenda pública, es decir se debaten por prevalecer en los temas de índole público, por lo tanto, es una vez más una lucha por el poder (Wolton, 1994) o más precisamente un combate simbólico en la construcción de significados que se crean a través del proceso de los mensajes en el ámbito de la comunicación. (Castells, 2009)

En una investigación anterior de este equipo de trabajo, se demostró cómo los medios de comunicación han podido reconfigurar sus estrategias y rutinas laborales, para poder dominar el centro de la escena en el espacio de la comunicación política a partir de un uso segmentado y profesionalizado de las redes sociales; Mientras que los políticos y las políticas aún continúan necesitando de los medios para garantizar exposición y la opinión pública sigue sin encontrar en las redes una herramienta de empoderamiento real, si bien las mismas le ayudan a potenciar y visibilizar sus discursos. (Gonzalez, 2017)

Entonces, en este trabajo en particular, nos detendremos a observar de manera cualitativa, a partir del análisis en los grupos focales, cómo el actor “opinión pública” se entiende a sí mismo. Siempre teniendo en cuenta que se parte de un trabajo académico cuyas preguntas centrales de investigación están dirigidas a indagar en el uso de las redes sociales dentro del campo de la comunicación política, y principalmente, cuál es la incidencia de las mismas en los votantes. En definitiva, analizaremos cómo es la construcción de sentido del actor opinión pública en torno a ella misma, siempre con la aclaración pertinente de que hablamos de imaginario, es decir cómo se autoconstruye a través de sus discursos.

Los discursos sobre la Opinión Pública

Del total de discursos relevados en los grupos focales, el 64% hace referencia a la Opinión Pública, como puede observarse en la Tabla N°1.

Tabla N°1: Cantidad de discursos sobre el actor “Opinión Pública”

Discursos sobre la Opinión Pública	
Contesta	64,9%
NC.	35,1%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. CICEOP-FPyCS-UNLP (2019).

En tanto, los discursos sobre la opinión pública están tensionados entre la libre expresión y la influencia de los discursos de los otros actores, entre la confrontación política y la neutralidad ante ella dando lugar a un cuadrado semiótico (Tabla N°2), elaborado a partir de la construcción teórica de Greimas, quien propuso llevar la significación a un plano narrativo a partir de la construcción de un sistema binario de opuestos (bueno/malo; blanco/negro), ya que según el autor sin diferencias no puede haber sentido. (Greimas, 1982).

Tabla N°2: Cuadro semiótico de Greimas.

Fuente: Elaboración propia. CICEOP-FPyCS-UNLP (2019)

Tabla N°3: Polos discursivos sobre el actor “Opinión Pública”

Polos del discurso sobre la Opinión Pública		
Libre expresión		69,6%
Confrontación		34,8%
Neutralidad		26,1%
Influencia		60,9%
	Total	191,3%

Fuente: Elaboración propia. CICEOP-FPyCS-UNLP (2019)

La opinión pública entonces se construye discursivamente en una tensión entre expresar libremente las opiniones (69,6%) o hacerlo de manera conflictiva (34,8%), entre sostener una neutralidad ante la “grieta” (26,1%) o intervenir en el conflicto influenciados por ella (60,9%). Esto último se dice en referencia al concepto amplio de “confrontación” presente en los discursos respecto a la opinión pública. Pues el término “grieta” sólo es utilizado en referencia a ese actor social por dos integrantes de dos grupos diferentes en una única oportunidad. En ambos casos a raíz de comentarios sobre las agresiones, ataques y/o debates que surgen en la red, no solamente en el campo político, sino que se extiende en todo el espacio público a través del término “famosos”: artistas, conductores, deportistas, etc. A continuación, fragmentos que permiten apreciar el concepto en su utilización:

“Para mí la idea de la grieta, en el que hay que estar de un lado o del otro, es algo que se fomenta a través de los medios. Entonces eso hace que toda la gente, digamos, se tenga que ubicar en un sector... Entonces creo que esa gente como que trata de no opinar en las redes porque sabe que capaz va a recibir críticas y que no va a ser aceptado su punto de vista”.

“Yo no creo que exista una grieta realmente. Yo creo que hay pequeñas cosas que van a ir haciendo más grande esa

brecha. Como distinción de cual o tal persona por decir o pensar algo distinto”.

Se vuelve a utilizar el término en relación a un intercambio de temática netamente política, cuando un integrante le señala a otra participante la dificultad de ponerse de acuerdo respecto a la diferencia de intereses que expresan sus opiniones:

“Yo creo que los intereses existen. En Argentina hay una grieta. Pero creo que fue mucho más solapada cuando el poder real ha dominado. Y se ha generado mucho más conflicto cuando un poder mucho más subyacente tenía ciertos manejos. Y se ha tratado de introducir ese discurso de que hay una grieta”.

La libre expresión en las redes se refleja de diferentes maneras en los discursos de los integrantes de los grupos: “Hay gente que se expresa más en las redes”; “En las redes no sólo están los periodistas sino después está la gente normal que dice lo que piensa”; “Twitter cambió los caracteres para que la gente que no se podía expresar en 140 caracteres ahora tenga un poco más para expresar”; “Si los grandes medios no se privan de mostrar esas cosas porque la gente se va a privar de hacerlo en las redes”; “Cualquiera puede tener acceso a publicar sin tener la información o el análisis al alcance de la mano”.

La confrontación en las redes sociales se constituye a través de los términos “debate”, “discusiones”, “insultos”: “Hay personas que se expresan sobre política en Facebook o en otra red social y se genera un debate ahí mismo”; “A

veces vemos que en las redes sociales hay noticias que te hablan mal del kirchnerismo, hasta noticias que te hablan más de Cambiemos o anti Macri. Entonces vemos que ahí también se generan discusiones”; “Lo que he visto últimamente es que se crearon muchos debates políticos, quizás en algunos más agresivos, si por ejemplo tenés un pensamiento apoyando al kirchnerismo enseguida te saltan y te dicen manga de ladrones... Claro que también pasa al revés, cuando alguien apoya a Cambiemos, te dicen facho. No es un debate donde se expongan ideas, sino insulto tras insulto”.

La neutralidad se construye en torno a la pertenencia partidaria y una posible acusación ante ella: “Hay gente que antes de dar su opinión siempre tiene que aclarar siempre que no pertenece a ningún partido político”; “El que es neutral, o no sé, como tildarla a esa persona que, si no se quiere casar con un partido político, tiene ese temor a ese clima de opinión. Si vos agarras y decís algo, por miedo a estar acusado o a que te digan algo.”; “La gente que es más neutral tiene todo diseñado para que no se lo acuse”.

El concepto de influencia se instituye no sólo en el término homónimo sino también en otros como “seguidores”: “Yo me acuerdo hace 10 días circuló por las redes un montaje... que apunta a cómo lo que opina la gente puede ser influenciada por lo que escucha en los medios y las redes sociales”; “Esas cosas que se publican hay que tomarlas con pinzas por qué no sabemos cómo se llegó a formar esa información. Creo que la gente puede estar influenciada por esas cosas.”; “Yo creo que no solo el político. Los famosos hoy en día son los que más seguidores tienen.”; “Si alguien tiene no sé, 10 mil seguidores, a eso las personas lo toman como palabra santa. Entonces hay personas que se suman al insulto del que tiene muchos seguidores”; “Ahí Susana Giménez está diciendo algo que parece superficial pero que tiene un peso histórico muy marcado... Y que esto quieras o no influye en el pensamiento o en la opinión pública en función del pensamiento de ciertos sectores de la sociedad.”

La formación política, la militancia o la ideología son el antídoto ante la influencia de los medios y las redes: “Depende de la formación política que tenga la persona para que el mensaje pueda influirlo o no.”; “Por ejemplo a mí no me cambia nada, porque yo tengo una militancia de hace tiempo, pero pongo el ejemplo de mis tíos de allá, del pueblo y van conforme a lo que dice la gente.”; “Tengo un perfil ideológico que viene desde mi familia y por lo tanto las redes no van a influenciar mi voto. Pero hay gentes en las que sí.”

De esta manera, se identificó en los discursos una contraposición entre los conceptos de libertad de expresión y confrontación: ante el discurso que en las redes sociales es posible la libre expresión, surge otro

que dice que en ellas sólo existe confrontación ante la diferencia de opiniones. Ante esto, se afirma que también es posible la neutralidad, pero a costa de declarar la no pertenencia partidaria. Pero nuevamente surge una posición opuesta que niega esta neutralidad: la influencia; comprendida en el sentido que no existe la posibilidad de ser apolítico o neutral, ya que los demás actores de la comunicación política siempre están influenciando nuestros actos y/o pensamientos. Así, estos discursos de los participantes en los grupos focales dan cuenta de los diferentes polos de debates discursivos que permiten la construcción de sentido en torno a la opinión pública.

Bibliografía

- Castells, M. (2009). Comunicación y Poder. In *Saudi Med J*. <https://doi.org/10.1073/pnas.0703993104>
- Dahlgren, P. (2005). The internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>
- Espinar, E., & González, M. J. (2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género. *Feminismo/S*. <https://doi.org/10.14198/fem.2009.14.06>
- Greimas, A. (1982). *Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos
- Gonzalez, G. F. [et al.]. (2017). *Comunicación política, periodistas, políticos y la opinión pública: Definiciones, conceptos e investigación de campo* (1st ed.). Retrieved from <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/65185>
- Wolton, D. (1994). La comunicación política: Construcción de un modelo. In J. M. Ferry (Ed.), *El nuevo espacio público* (pp. 28–46). Barcelona: Editorial Gedisa.

[1] Las comillas pertenecen a frases de los actores en el campo.

[2] En los dos Consejos Locales de Niñez y Adolescencia elegidos para esta ponencia, el gobierno local fue derrotado por la Alianza Cambiemos en 2015.

[1] (2005) Ley de la Promoción y Protección Integral de los Derechos de los Niños. Disponible en: <http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/l-13298.html>